MERCADO AUTOMOTIVO

REVISTA OFICIAL DOS DISTRIBUIDORES

Apoio ANDAP
Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças

grupo photon

ANO 28 - #282

Agilidade e Praticidade

Fintechs aparecem como solução para empresas que procuram serviços financeiros mais baratos e menos burocráticos

Economia

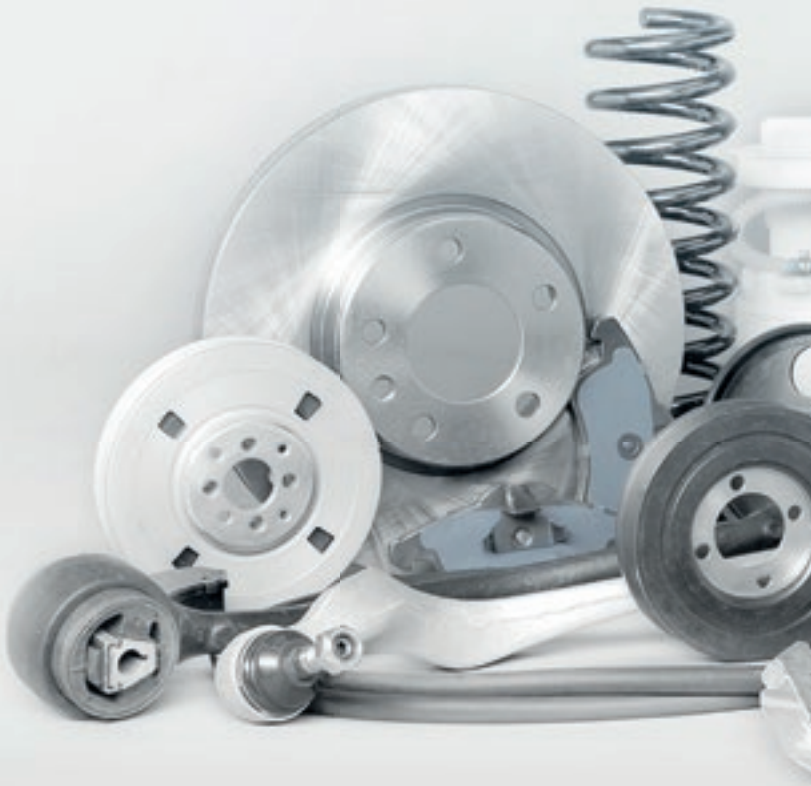
Projeto prevê apoio a 1,7 mil empresas para inserção no comércio internacional

Marcelo Sanches,

Aftermarket Director – South America da Dayco, fala sobre os desafios do mercado externo

ISSN 1677-4876 00282

EXPERIÊNCIA E TRADIÇÃO PARA ATENDER O SEU NEGÓCIO.



Compromisso com o seu negócio.

Variedade e qualidade do nosso portfólio.

Rapidez na entrega em todo o Brasil.

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

VEM AÍ MAIS UMA EDIÇÃO DO SEMINÁRIO

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

Chega mais uma edição do Seminário da Reposição Automotiva. A programação abordará temas atuais e importantes para o setor, principalmente em uma época de mudanças. É preciso entender os movimentos, a entrada de novos players e modelos de negócios, assim como o comportamento do consumidor, pois todos interferem com o mercado. Enfim, há uma série de questões que precisam ser consideradas e que vão ser agentes de transformação na forma de fazer negócio.

A programação do seminário, principal evento do setor de reposição automotiva, traz esses assuntos para pontuar como o mercado será impactado. Entre eles, há apresentações sobre o aftermarket automotivo na era em que a experiência se sobrepõe ao produto, tendências do setor no Brasil e nos Estados Unidos e como a digitalização e a eletrificação afetarão as empresas.

Também terá palestra dedicada às fintechs com foco no setor automotivo, que inclusive é matéria de capa desta edição. O enfoque é mostrar como essas instituições financeiras podem contribuir para o setor automotivo, especialmente para pequenas e médias empresas que precisam de crédito e serviços bancários menos burocráticos.

Ainda nesta edição, temos a entrevista de Marcelo Sanches, Aftermarket Director – South America da Dayco, que destaca a atuação da empresa no Brasil.

Estes são alguns dos destaques desta edição.

Bom seminário e até breve!

AUDAZ / ZF

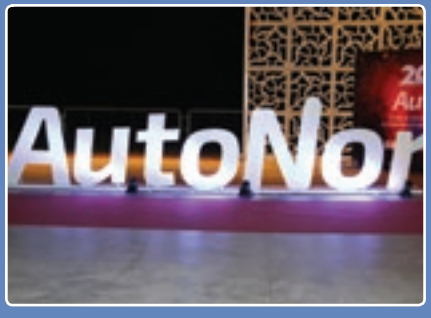
Qualidade que vai de A a ZF.

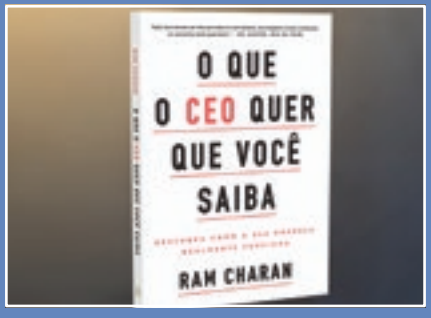
Só a ZF pode oferecer o maior pacote para o mercado de reposição com mais de 30 famílias de produtos, atendendo a demandas do asfalto até o mar.

Saiba mais: **aftermarket.zf.com/br**

Central de atendimento
0800 011 1100

ZF | AFTERMARKET
LEMFÖRDER SACHS TRW





Índice

10 ENTREVISTA
Marcelo Sanches, Aftermarket Director – South America da Dayco, destaca os requisitos necessários para empresas que querem explorar outros mercados

14 ECONOMIA
Iniciativa busca auxiliar empresas brasileiras que desejam exportar

18 MATÉRIA DE CAPA
Crescimento de fintechs chama a atenção para serviços financeiros mais ágeis e menos burocráticos

22 CARLOS JÚLIO
Você já pensou no sentido do dinheiro?

28 EVENTO FRANKFURT
Acompanhando as evoluções com novas soluções

32 CULTURA
Consultor ressalta o que todos os funcionários deveriam saber sobre sua empresa

34 JERÔNIMO MENDES
Como começar bem no seu primeiro cargo de liderança

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

40 COBERTURA AUTONOR
Autonor registra público recorde em edição que comemora seus 20 anos

42 ROGÉRIO BORILI
Carro autônomo no Brasil é uma utopia?

44 ERIK PENNA
Um grande campeão de vendas sabe usar a técnica da fração

48 IQA
É preciso ampliar interface com consumidor, recomendam palestrantes em fórum do IQA

NAKATA.
LIDERANÇA E CONFIANÇA QUE NÃO PARAM DE CRESCER.

Além de ser a marca mais lembrada e comprada em componentes, como bieletas, barras, pivôs, terminais e juntas homocinéticas, conquistamos a vice-liderança em amortecedores, bandejas e bombas d'água, o que consolida a Nakata como uma das marcas preferidas pelos mecânicos. Mais uma vez, agradecemos pela confiança, que é e continuará sendo a marca da nossa parceria.

Pesquisa Revista O Mecânico realizada pelo Ibope Conecta, em abril de 2019, com 1.031 mecânicos.

Trânsito seguro: eu faço a diferença.

Saiba mais.

nakata.com.br | 0800 707 80 22

TUDO AZUL. TUDO NAKATA.

nakata digital_

Blog | Catálogo Eletrônico | EAD

NAKATA®

MERCADO AUTOMOTIVO

REVISTA OFICIAL DOS DISTRIBUIDORES

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 setembro e outubro 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%

Amortecedores Cofap, a maior cobertura do mercado.

Líder de mercado há mais de 60 anos, a Cofap possui um vasto portfólio, inclusive na linha asiática, com 96% da frota circulante atendida. Afinal, se é Cofap, é de confiança no mundo inteiro.

mmcofap.com.br

Faça revisões no seu veículo regularmente.

cofap

De olho no mercado externo

Em entrevista exclusiva à revista Mercado Automotivo*, Marcelo Sanches, Aftermarket Director – South America da Dayco, destaca os requisitos necessários para as empresas brasileiras ingressarem (e evoluírem) no mercado internacional. O executivo também fala sobre os desafios que outros países reservam a estas marcas. A Dayco atua com pesquisa, desenvolvimento, fabricação e distribuição de produtos essenciais para motores, sistemas de transmissão e serviços para automóveis, caminhões, construção, agricultura e indústria.*

Mercado Automotivo – O senhor considera que este é um bom momento para as empresas brasileiras investirem na exportação de seus produtos?

Marcelo Sanches – A Dayco vem buscando aumentar significativamente sua participação no mercado de autopeças por diversos países da América do Sul, que hoje representa cerca de 12% do total de vendas no AM [aftermarket]. O momento atual é sim bastante propício, mas há que se achar um modelo comercial robusto capaz de absorver as flutuações normais de moeda a médio e longo prazos e não apenas buscar uma política imediatista nos momentos de câmbio favorável. Assim como no mercado interno, negócios na exportação devem ser pautados em ações contínuas que visem longevidade, parcerias estáveis, fortalecimento de marca e serviços de excelência nos países para os quais se pretende exportar.

MA – Quais são os principais desafios a que as empresas devem se atentar quando decidem ingressar no mercado externo?

MS – No caso da Dayco, que visa prioritariamente os países da América do Sul como principais objetivos para exportação, o primeiro grande desafio é assegurar-se quanto à existência de um portfolio de produtos adequado ao parque automotivo dos países de destino. Economias abertas com grande presença de veículos distintos do mercado nacional, com enorme diversidade de modelos e versões comumente não encontradas no Brasil costumam ser o primeiro entrave na busca por um processo de exportação robusto. Segundo, e não menos importante, é a capacidade de oferecer um serviço de alto nível aos diversos clientes, tais como entrega, assistência técnica e apoio de marketing. Por fim, acredito que, mesmo em épocas de câmbio não favoráveis, a exportação deve ser vista com a mesma seriedade e mesma importância sob pena de não se conquistar a devida confiança dos clientes tão necessária para o sucesso de um processo duradouro de exportação.

MA – Gostaria que falasse sobre os investimentos da Dayco em inovação e sua importância nessa área para o mercado automotivo?

MS – A Dayco é pioneira no lançamento de soluções e inovações tecnológicas no mercado, tais como correias teflonadas, correias BIO ("belt in oil") para motores cujas correias exercem função similar a das correntes e trabalham submersas no óleo do motor e por isso apresentando o dobro ou em alguns casos o triplo da durabilidade das correias de um sistema convencional. Nosso departamento de Produtos trabalha em perfeita sinergia com a Engenharia na busca e no desenvolvimento de inovações que visem melhor performance, maior durabilidade e com soluções amigáveis do ponto de vista ambiental. Anualmente, disponibilizamos ao mercado inúmeros produtos oriundos dos constantes desenvolvimentos, sempre dotados de importantes inovações tecnológicas.

MA – Qual é o principal gargalo que o senhor visualiza hoje no mercado de reposição brasileira? Qual é a principal dificuldade enfrentada pelas empresas para evoluir?

MS – São vários os gargalos e as dificuldades. Cito inicialmente a complexidade fiscal de nosso país como algo que deve ser resolvido/simplificado ou no mínimo racionalizado com maior brevidade possível; precariedade de nossa malha rodoviária impactando sobremaneira operações logísticas e por fim a baixa qualificação de nossa mão de obra de uma maneira geral. Estes gargalos influenciam de forma bastante significativa a produtividade de nossos negócios. São questões urgentes que

precisamos debater e procurar direcionar de maneira coletiva no mercado como um todo.

MA – O senhor considera que o consumidor brasileiro é consciente quanto à importância do uso de produtos originais e com garantia? Ainda falta conscientização?

MS – Acredito que essa conscientização do consumidor brasileiro vem melhorando bastante nos últimos anos, mas ainda estamos longe de uma uniformização de norte a sul do País quanto a esta consciência e, mesmo em regiões de maior conscientização, ainda estamos muito distantes do padrão europeu, por exemplo. Ainda somos um mercado extremamente direcionado ao preço por peça, sem maior análise da relação custo/benefício. Neste particular a Dayco investe demasiadamente em palestras técnicas destinadas ao reparador e equipes de vendas de nossos distribuidores tentando levar mensagens sobre a importância das manutenções preditivas (ou no mínimo preventivas), importância do uso de peças originais e importância de se seguir corretas instruções de montagem e aplicações de produtos.

MA – Gostaria que falasse sobre a atuação dos promotores técnicos da Dayco. De que forma a atuação desses profissionais contribui para uma correta aplicação e uso dos componentes vendidos pela Dayco?

MS – A Dayco possui um time de 28 pessoas entre Promotores, Supervisores e Consultores técnicos espalhados por todo o Brasil, sempre levando aos aplicadores, vendedores e usuários em geral de nossos produtos todo tipo de informação quanto à correta aplicação, montagem, substituição e funcionamento de toda nossa linha de produto, seja de aplicação na linha leve ou pesada, realizando frequentes palestras e treinamento nas mais variadas regiões do Brasil e também em países da América do Sul. Somente no Brasil temos até o presente momento mais de 6.500 pessoas treinadas por nosso time técnico e planejamos encerrar o ano de 2019 elevando este número para no mínimo 10.000 pessoas. Acredito ser esta iniciativa uma das principais razões do sucesso de nossas marcas no mercado, através de um serviço de conscientização e aprendizado permanente e constante no segmento de autopeças.

MA – Qual é a expectativa da Dayco para o Brasil nos próximos dois anos? É possível ser otimista?

MS – A despeito das incertezas do nosso cenário econômico, a Dayco vem crescendo 2 dígitos nos últimos anos. Não há motivos para deixarmos de ser otimistas para os próximos 2 anos. Continuaremos investindo em novas soluções, fomentando inovações tecnológicas, complementando portfolio de produtos e melhorando continuamente nossos serviços aos clientes, especialmente logística, treinamentos/assistência técnica e clareza quanto às políticas comerciais. Nossa meta é a excelência em todos estes aspectos de nossos negócios, tanto no Brasil quanto na exportação.

MA – De que forma a Dayco se esforça para superar o custo Brasil? Quais as dificuldades impostas por esse fator?

MS – A Dayco vem trabalhando de forma a otimizar todos os seus processos, tornando-os cada vez mais inteligentes e eficientes. O fato de sermos uma empresa global também nos dá uma bagagem e expertise para enfrentar este tipo de desafio no mundo todo. Desta forma conseguimos minimizar os impactos e continuar investindo no desenvolvimento do negócio em nosso país.

HÁ 85 ANOS
ILUMINANDO O FUTURO.
Qualidade original na fabricação de faróis, lanternas e soluções eletrônicas com tecnologia LED.
FAÇA REVISÕES EM SEU VEÍCULO REGULARMENTE
APOIO
DISTRIBUIDORES ARTEB:
AUTOGLASS
Auto Cidade
Referência em autopeças
ELETROPAR
AUTOPEÇAS
COMERCIAL PASSARELLA
RC&A AUTOPEÇAS
Sama
Autopeças
MatriX
ARTEB
85 anos
www.arteb.com.br SAC 0800 019 2703

pexels.com

Projeto prevê apoio a 1,7 mil empresas para negócios no exterior

Objetivo é promover 40 ações de auxílio a inserção do comércio internacional

Uma parceria entre a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) e a Confederação Nacional da Indústria (CNI) prevê auxiliar empresas que desejam promover seus negócios no exterior. No total, o projeto pretende ajudar mais 1,7 mil companhias em todo o País.

De acordo com a Apex, cerca de 40 ações deverão ser promovidas nos próximos dois anos para ajudar a inserir empresas brasileiras no comércio internacional. A ideia é atuar em frentes como a prospecção de mercados em outros países e em rodadas com compradores estrangeiros para ampliar as exportações das marcas selecionadas para o projeto.

Espera-se que sejam investidos R$ 13 milhões nas diversas fases do projeto. A meta dos organizadores, no entanto, é que o conjunto de estratégias desenhadas para as empresas fomente, de fato, sua internacionalização e gere até R$ 350 milhões em novos negócios.

Ao menos oito ações ainda serão realizadas em 2019. Entre elas, viagens a duas feiras internacionais na Alemanha, Anuga e K, e uma missão à Feira CIEE, na China. Até dezembro, os organizadores esperam promover encontros com compradores internacionais em cidades brasileiras.

Delphi Technologies

delphitechnologies.com.br

Time campeão

Um time de campeões na Oficina? Com certeza!

Nós somos apaixonados por carros e sabemos que sua Oficina sempre ganha quando instala peças da Delphi.

Por isso, produzimos componentes em que você pode confiar e que são testados nas condições mais severas, para garantir que seu cliente fique satisfeito e que seu veículo continue funcionando tão bem quanto no dia em que foi comprado.

Então, transforme sua equipe em um time de campeões e utilize peças da Delphi para o reparo correto do veículo do seu cliente.

Nós somos Delphi Technologies, seu especialista em aftermarket focado no futuro.

A Apex ressalta que, desde 2013, mais de 4,5 mil empresas foram apoiadas por medidas semelhantes. Como consequência, os projetos realizados resultaram em um volume de recursos da ordem de US$ 2,5 bilhões (equivalente a mais de R$ 10 bilhões).

A Apex destaca ainda que, por mais que as operações de internacionalização sejam complexas, não são apenas as empresas experientes que podem usufruir do trabalho da agência. "A Apex-Brasil desenvolve projetos, com inteligência e pessoal exclusivos e supercapacitados, que apoiam diferentes segmentos industriais do País, como autopeças, aeroespacial, fundição, máquinas e equipamentos, petróleo, gás e biocombustíveis, cerâmica e revestimento, para citar alguns. Os projetos atingem dos Estados Unidos à China, passando pelos vizinhos sul-americanos, além de México, Canadá, União Europeia e África", ressalta a entidade.

Atualmente, a Apex-Brasil também apoia pequenas e médias empresas através de programas como o Peiex (Programa de Qualificação para Exportação). A iniciativa procura dar "o caminho das pedras" rumo ao mercado internacional com foco em micro, pequenos e médios negócios. Em 2018, mais de 6.700 empresas foram atendidas, em 1.300 municípios de todo o País.

Para quem já exporta, mas deseja ampliar seu raio de atuação, a Apex-Brasil oferece o Programa de Internacionalização de Empresas. A equipe da entidade orienta essas companhias nesse cenário com o objetivo de promover maior competitividade e ampliar os negócios das brasileiras.

"Além de possuir nove escritórios internacionais, a Apex-Brasil produz estudos exclusivos que orientam o empreendedor na hora de conhecer melhor as características comerciais de diferentes países e regiões do planeta. A Agência disponibiliza gratuitamente essas informações na forma de estudos de mercado atuais e completos. Para colocar a mão na massa, a Apex-Brasil aplica esses conhecimentos ao levar empresários para feiras setoriais ao redor do mundo", completa a entidade.

Aumento de investimentos

Se os brasileiros olham para o exterior com esperança, o governo brasileiro também é otimista em relação aos investimentos previstos dentro do País. De acordo com o boletim Perspectivas do Investimento, produzido por analistas setoriais do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), os aportes no Brasil devem melhorar no quadriênio 2019/2022.

O estudo estima investimento total no período de R$ 1,1 trilhão para 19 setores analisados, sendo 11 da indústria e oito da área de infraestrutura, que respondem por cerca de 25% da formação bruta de capital fixo (FBCF) da economia. O valor revela incremento real de 2,7% em relação aos investimentos previstos no período anterior (2018 a 2021). Importante destacar ainda que o estudo considera investimentos apoiados e não apoiados pelo BNDES.

"No conjunto dos setores analisados, o boletim revela crescimento real médio de 3,9% ao ano no período, puxado por uma aceleração do crescimento no final do quadriênio. O desempenho é bem superior às projeções atuais para o PIB [Produto Interno Bruto] do boletim Focus [produzido pelo Banco Central]", aponta o estudo.

Para Fernando Puga, assessor da presidência do BNDES, a perspectiva para 2022 é de forte crescimento do investimento, sobretudo em setores como petróleo e gás, e também na energia elétrica. Parte desse cenário é motivado pela recuperação do preço do petróleo no mercado internacional e também pelos leilões de concessão ou de partilha de blocos exploratórios ocorridos em 2017 e 2018.

Na infraestrutura, o BNDES estima que os segmentos de logística e saneamento terão melhor desempenho dos investimentos nas áreas mais carentes de desenvolvimento, especialmente a partir de 2020. Além disso, o estudo prevê que políticas públicas, mudanças no marco regulatório e programas de concessão de serviços de infraestrutura ao setor privado têm influência positiva sobre os investimentos, enquanto a situação fiscal das unidades da Federação segue sendo fator de inibição de investimentos.

Em uma visão otimista, portanto, é possível esperar por notícias positivas tanto no mercado interno brasileiro quanto no âmbito exterior, a partir de novos negócios das empresas nacionais. Resta torcer para que as previsões sejam confirmadas.

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

Mudanças estruturais

Crescimento de fintechs busca popularizar serviços financeiros mais ágeis e menos burocráticos

São muitas as mudanças verificadas nos últimos 15, 20 anos por quem atua no setor da reposição automotiva brasileira. Grande parte delas impulsionadas simplesmente pelos adventos tecnológicos que trouxeram realidades completamente distintas tanto para a indústria quanto para os consumidores. Quem não se adequa a essas novidades acaba ficando para trás. Em muitos casos, sequer conseguem sobreviver.

Um dos exemplos de novidades no mercado brasileiro são as chamadas fintechs, startups cujo principal lema seria inovar e otimizar serviços do sistema financeiro. Fintech é um termo que surgiu da junção das palavras financial

freepik.com

(financeiro) e technology (tecnologia). Basicamente, seria uma empresa que adota tecnologia de forma intensiva para oferecer produtos e soluções financeiras. Mesmo diante da forte regulação sobre o sistema bancário, as fintechs surgiram como uma opção que busca atingir essencialmente dois tipos de públicos:

•jovens, com perfil tecnológico, com aversão a burocracia e taxas referentes a serviços que não usa e/ou que sequer sabe que dispõe;

•comerciantes, dos mais diversos setores de atuação, preocupados em otimizar seus ganhos a partir de taxas menores, bem como qualificar seu tempo utilizando serviços estrategicamente desenhados para sua demanda.

A base das fintechs, afinal, é a tecnologia. Os serviços oferecidos por elas são, na maior parte das vezes, idênticos aos prestados por instituições financeiras tradicionais. O que muda é a forma como os clientes têm acesso a eles, sempre priorizando agilidade, velocidade e segurança. Burocracia é a palavra a ser esquecida nesse ambiente.

Por meio desse formato, as fintechs cresceram de forma significativa no mercado brasileiro nos últimos anos. De acordo com levantamento realizado pela Fintechlab, site especializado no segmento, somente nos últimos 10 meses houve um aumento de 33% no número de instituições desse tipo. Já são mais de 500 fintechs no País.

Para Marcos Morita, gestor de Inovação da BankRisk, o cenário representa uma significativa mudança no universo dos bancos tradicionais. De acordo com ele, entretanto, trata-se de uma alteração que também foi vivenciada por outros setores da economia, influenciadas principalmente pela chamada disrupção digital.

"A vida dos bancos não será fácil daqui para frente, assim como não foi para diversos mercados e empresas afetados pela disrupção digital, tais como: táxis, hotéis, locadoras, editoras e livrarias. Cabe a estes gigantes financeiros continuar o movimento para diminuir a erosão de suas bases de clientes e mudar seus modelos de negócios, ao mesmo tempo em que sofrerão pressões por melhores serviços e menores taxas", explica.

Morita ressalta, no entanto, os pontos que podem ser favoráveis aos bancos com estrutura tradicional neste cenário desafiador. "A seu favor, estes gigantes financeiros contam com forte capitalização, robusta base de clientes, além da confiança de seus stakeholders com respeito a sua solidez financeira. O grande fator desafiador estará a cargo de seus gestores na mudança de mindset necessária para atuarem em um ambiente diferente do atual, onde reinarão a experiência do cliente e a elevada concorrência", completa.

O especialista avalia que são cinco as principais razões pelas quais as fintechs têm ampliado seu espaço no Brasil e em outros mercados (ameaçando assim um cenário até então dominado por gigantes tradicionais do setor bancário). São elas:

•Tecnologia: Morita chama a atenção para a chamada Lei de Moore, profetizada pelo cofundador da Intel há mais de meio século, segundo a qual o poder de processamento dos computadores dobraria a cada 18 meses. A "profecia" foi ratificada pelo conceito de

abundância de Peter Diamandis, presidente da Singularity University. "Armazenamento, processamento e tecnologias como inteligência artificial, robótica, manufatura digital, nanomateriais e biologia sintética são hoje acessíveis a novos entrantes, facilitando a entrada nos mercados. Startups são basicamente empresas com forte base tecnológica", avalia o especialista.

•Empreendedorismo: espelhando-se nas iniciativas desenvolvidas no Vale do Silício (Estados Unidos), jovens brasileiros buscam replicar por aqui ecossistemas robustos: incubadoras, aceleradoras, fundos e investidores-anjo, nas mais diversas regiões do País. "Hoje, criar ou trabalhar em uma startup é um dos grandes motivadores de millennials em busca de propósito. Quer uma prova? Pela primeira vez, o maior contratante de engenheiros da Poli (USP) não foi um dos grandes bancos tradicionais, e sim o Nubank. Tal informação reafirma a pesquisa que traz o novo unicórnio financeiro no ranking das empresas mais desejadas, de acordo com estudo da Cia. de Talentos", completa Morita.

•Tendências globais: a proposta das fintechs corresponde a uma tendência global. Na China, por exemplo, há dois serviços que dominam o mercado de pagamentos. WeChat Pay, uma espécie de WhatsApp chinês, e AliPay, do conglomerado Alibaba, operam em apenas um mês valores superiores ao volume anual do PayPal. "Ambos são considerados Big Techs, gigantes tecnológicos que utilizam sua plataforma para alavancar novos mercados. Apple, Facebook, Google e outros gigantes estão de olho nesse mercado. Se do outro lado do mundo deu certo, por que não por aqui?", afirma.

•Regulamentação: segundo o especialista, atualmente mais de 80% dos ativos estão concentrados em apenas cinco grandes organizações bancárias. "Esta distorção traz desafios aos reguladores do sistema, no caso o Banco Central do Brasil, cuja agenda para os próximos anos traz como objetivos o aumento da concorrência, a redução nos spreads e a universalização dos serviços. Situação análoga ocorre na aviação e telefonia celular, só para mencionar dois exemplos".

•Oferta de serviços: o parágrafo anterior tem relação direta com a atenção dedicada aos clientes, ressalta Morita. Ele explica que a combinação de baixa concorrência, poucos produtos substitutos e barreiras de entrada relevantes trouxe uma certa "acomodação" aos participantes, cuja consequência se traduz nos rankings de reclamações de órgãos de defesa do consumidor. "Em contrapartida, pesquisas têm demonstrado uma crescente satisfação dos clientes com as fintechs, cuja oferta de serviços compreende taxas mais amigáveis, atendimento humanizado, flexibilidade e empatia", avalia.

No fundo, os comerciantes acabam vivenciando as mesmas experiências positivas "vendidas" ao público jovem que está chegando agora no mercado de trabalho. A diferença é que, ao menos nesse momento, muitos comerciantes parecem ainda optar pela segurança e confiabilidade que sentem ser maiores nos bancos tradicionais.

O fato é que até mesmo as fintechs passaram a se organizar de modo a oferecer segurança a clientes tão acostumados com a estrutura tradicional dos bancos. A Associação Brasileira de fintechs, por exemplo, constitui um grupo de empresas desse tipo que tem como propósito gerar negócios aos associados e proporcionar impacto social através do acesso à inovação e crescimento do empreendedorismo.

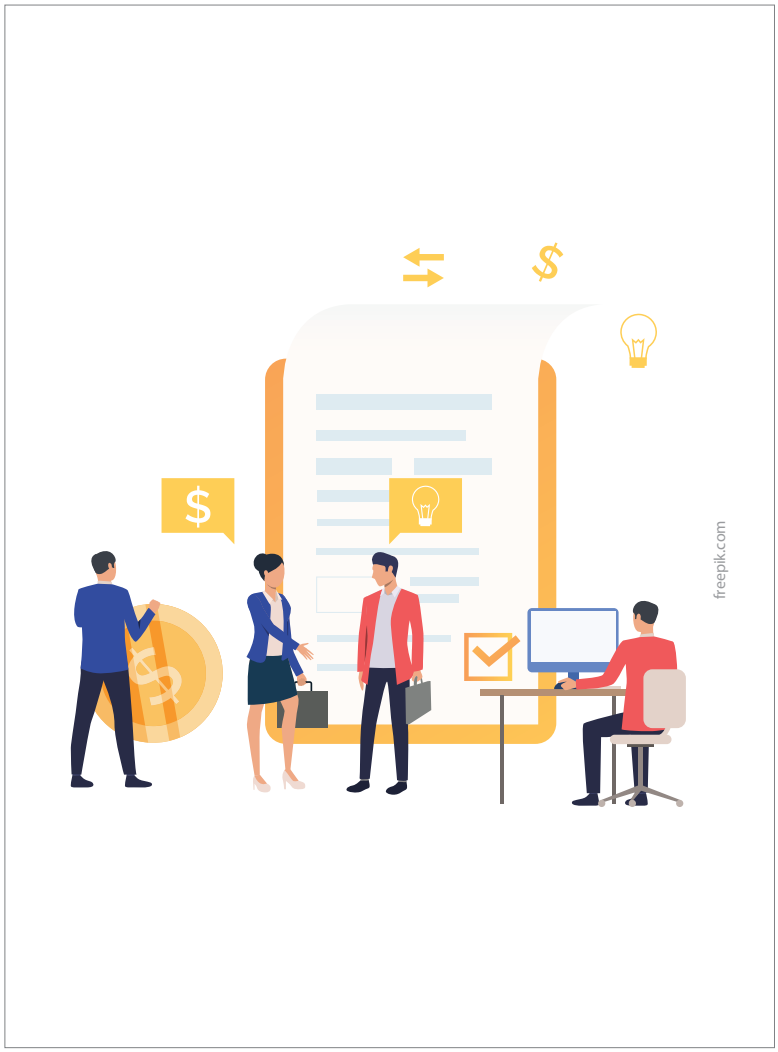
Mais do que isso, entretanto, a associação também busca representar interesses das fintechs brasileiras junto a órgãos de regulamentação. Isso tudo porque, além de ampliar o número de opções aos clientes, o crescimento das fintechs tem acompanhado também uma movimentação muito mais significativa de investimentos no setor.

Uma das últimas novidades do setor foi a aquisição da plataforma MEI Fácil pela Neon, startup brasileira de contas digitais. A Neon já proporcionava modelos de contas muito semelhantes às bancárias, mas buscava se diferenciar nas taxas e na tecnologia investida em seu sistema.

A MEI Fácil, por sua vez, oferece soluções que são voltadas aos microempreendedores, como maquininhas, gestão do CNPJ de forma on-line e também serviços

de contabilidade. São opções cujo foco principal é "desafogar" o microempreendedor que não tem condições de arcar com um banco para sua conta pessoa jurídica, um escritório de contabilidade e outros serviços pagos à parte.

Esse é justamente um dos principais focos das fintechs, já que grandes empresas (e algumas médias) ainda preferem contar com a estrutura diversificada e solidificada dos bancos tradicionais. O microempreendedor, por sua vez, precisa de serviços simples e diretos, que evitem um dos erros mais fatais a esse tipo de negócio: a confusão entre o patrimônio pessoal e o empresarial.



Para atrair novos clientes, as fintechs têm oferecido serviços com taxas mínimas, seja em relação ao uso de cartões, antecipação de recebíveis, ou aos serviços tradicionais como transferências e pagamentos on-line. Atentos a isso, os bancos têm investido cada vez mais em seus setores digitais com o objetivo de diminuir as cobranças aos clientes, mantendo a seriedade que sempre lhes foi tradicional.

Não é uma disputa simples. Há quem, inclusive, opte por permanecer em seu banco para simplesmente evitar a "dor de cabeça" e os contratempos relativos a uma mudança. Para quem está disposto a correr atrás de novas funcionalidades e taxas mais atraentes, vale a pena pesquisar bem o mercado. Sempre atento, é claro, à segurança que é oferecida (e garantida) pelas empresas que aportam agora no mercado brasileiro.

A disputa promete, e quem ganha são os clientes. Fique atento, portanto, para entender como sua empresa pode se beneficiar dos novos atores que chegam agora ao cenário automotivo brasileiro. Não importa o tamanho da sua empresa, é essencial atentar-se aos benefícios oferecidos pelos serviços que você terceiriza, como os bancários (naturalmente) e os contábeis de forma geral.

Diferentemente de tempos muito recentes, a possibilidade de contar com outros fornecedores atualmente é muito ampla. Além disso, é preciso avaliar o ganho obtido com as facilidades oferecidas por seu banco, especialmente no ambiente on-line. O uso dos bancos deve ser cada vez mais facilitado, impedindo que as empresas percam (mais) tempo em tarefas que estão longe de suas atividades-fim.

Você já pensou no sentido do dinheiro?

Em minhas aulas e palestras, esta é uma das indagações mais comuns:

– Julio, como posso começar um negócio se não tenho recursos financeiros?

Nesses casos, costumo responder que muitos empreendedores começaram sem nenhum dinheiro próprio. Valeram-se da ajuda de pessoas ou recorreram à criatividade para criar mecanismos financiadores do negócio.

Nestes casos, a prioridade é definir se existe uma boa ideia e disposição para convertê-la em uma atividade empresarial lucrativa.

WWW.ORI.COM.BR

Em meu livro *Você, um Grande Empreendedor*, escrito em parceria com o professor Luiz Roberto Carnier, faço uma série de considerações sobre o dinheiro.

Se existe o bom projeto (expresso com clareza e detalhamento) e vontade de executá-lo, é sempre possível obter o dinheiro necessário ao startup.

Há muita gente no mundo com dinheiro no banco à espera de uma boa oportunidade de multiplicá-lo.

Outros tantos lidam com aplicações financeiras, mas gostariam de uma atividade empresarial que pudesse ampliar mais rapidamente o patrimônio acumulado.

Isso ocorre há muito tempo. Foi o caso, por exemplo, de Johann Fust, que no Século 15 financiou o projeto de Gutenberg para desenvolver o sistema da prensa móvel, que revolucionaria o mundo.

Nesses casos, o grande desafio do empreendedor tem sido estabelecer um plano sólido de ação que atraia o investidor. Se você conseguir convencer alguém a lhe conceder um financiamento, sua ideia deve ser boa mesmo.

No entanto, convém pensar um pouco mais sobre o dinheiro. Para o empreendedor, ele é o objeto e não o objetivo. Se o seu objetivo for ganhá-lo apenas por ganhar, você não será feliz e passara a ser escravo da moeda.

Os realizadores de sonhos convivem com o dinheiro como um fator de alavancagem do sucesso, reinvestindo no projeto, fortalecendo-o continuamente.

Há uma diferença entre gostar de ganhar dinheiro e simplesmente gostar de dinheiro. No primeiro caso, organiza-se a aplicação dos recursos em ações capazes de ampliar os futuros retornos financeiros.

Alguns me contestarão, mas digo assim mesmo: ninguém vai ficar rico guardando dinheiro na caderneta de poupança. Se você investir corretamente numa boa ideia, ganhará mais.

Além disso, o dinheiro investido em um negócio converte-se em um promotor social poderoso. Ele gera produtos e serviços, empregos e oportunidades.

Aqueles que gostam de ganhar dinheiro, quando o fazem pela via do empreendedorismo, oferecem essa mesma oportunidade a muitas outras pessoas. Eles constituem mercados e movem a roda da economia.

Dinheiro é combustível, mola propulsora e ponte. Quem ama ganhá-lo o transforma em instrumento de novas realizações.

Logicamente, todos sonhamos com uma casa confortável, um carro seguro e uma garantia de futuro para os nossos entes queridos. Não há nada de errado nisso.

Não é pecado ou crime ter ambição. No entanto, o dinheiro pode oferecer muito mais do que o conjunto dos bens convencionais.

O dinheiro é fundamental para a sedimentação das ações empreendedoras. Ele move o mundo, cria poderes e auxilia na geração de soluções para os grandes problemas humanos.

Melhor, portanto, gostar de ganhá-lo. Melhor investi-lo, sempre. É o que gera satisfação maior, segurança de fato e benefício compartilhado.

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

PISTÕES TAKAO

A segurança que seu motor precisa para ir mais longe

TAKAO
SEGURANÇA EM MOTOR

MÚLTIPLAS APLICAÇÕES

Atendem às necessidades específicas de cada aplicação.

TÉCNICAS MODERNAS

Produzidos com as mais avançadas técnicas de usinagem.

ECONOMIA

Atingem menor massa oscilante e minimizam o consumo de óleo e blow-by.

PADRÕES DE FÁBRICA

Atende às especificações de fabricação das montadoras.

PROTEÇÃO ADICIONAL DE PEÇAS

Acabamento, revestimento e tratamento de superfície.

SILÊNCIO E DURABILIDADE

Reduzem ruídos e vibrações com máxima resistência ao desgaste.

Curta a TAKAO nas Redes Sociais

@takaodobrasil

www.takao.com.br

blog.takao.com.br

academia.takao.com.br

TAKAO
SEGURANÇA EM MOTOR

Brindes Promocionais

Porta Chave Retangular

Ref.: 1630

Porta Coleira

Ref.: 1631

Porta Pano de Prato

Ref.: 1638

Porta Batom

Ref.: 1647

Jogo Porta Copo

Ref.: 1632

Porta Prato

Ref.: 1633

Ref.: 1646

Porta Documento

Ímã

Ref.: 1636

Porta Moedas Masc.

Ref.: 1642

Kit Bucal

Ref.: 1641

Porta Moedas Fem.

Ref.: 1643

Carteira

Ref.: 1645

Chaveiro Dupla Face

Ref.: 1634

Bolsa Necessarie

Ref.: 1644

Ref.: 1637

Galvani®

Sempre com você

Tel.:(11) 2643-8888
brindes@galvani.com.br
www.galvani.com.br

AUTOMECHANIKA FRANKFURT 2020 acompanha as evoluções com novas soluções

Por Jarbas Ávila

Independentemente de como a mobilidade muda, as soluções tecnológicas e os novos serviços serão apresentados na Automechanika em Frankfurt. O evento de 25 anos da Automechanika Frankfurt, em setembro passado (2018), bateu vários recordes, com mais expositores do que nunca exibindo suas inovações na maior área de exposições até o momento. "Estamos particularmente satisfeitos com o feedback dos nossos aproximadamente 135.000 visitantes profissionais, pois 96% dos entrevistados disseram estar satisfeitos com a visita. Queremos aproveitar esse sucesso para o evento de 2020 e já estamos planejando nossa próxima Automechanika em Frankfurt, com novos tópicos, uma nova estrutura de salão e uma nova apresentação da marca", conta Olaf Musshoff, diretor da Automechanika Frankfurt.

A próxima edição da Automechanika Frankfurt acontecerá de 8 a 12 de setembro de 2020 e promete muitas novidades, suprindo a voracidade cada vez maior desse forte mercado, que olha para o futuro com grandes expectativas ante as novas exigências dos consumidores por produtos cada vez mais não poluentes, além de alterar a visão que o público-alvo tem, até o momento, dos "veículos de transporte" para a introdução do novo conceito de "mobilidade urbana".

Assim sendo, a Automechanika amplia o seu escopo lançando "Um olhar à frente".

A Automechanika 2020 cria novas sinergias e otimiza a estrutura de seu salão, um movimento que permitirá reunir campos relacionados no mesmo recinto. Como exemplo, produtos e soluções da área "Acessórios e personalização" serão agrupados no Pavilhão 12, garantindo que este tópico seja encontrado nas imediações da

exposição do workshop nos Pavilhões 8 e 9, que agora será chamado de "Diagnóstico e reparo".

Campanha

Acompanhando as inovações a feira lança na próxima edição o "leitmotif" ou a "motivação para dirigir", com a campanha "Novo leitmotif: Conheça os drivers de inovação". Na nova imagem da campanha, que é alterada a cada dois anos, encontra-se o novo leitmotif para a Automechanika Frankfurt de 2020. Pela primeira vez essa imagem apresenta três tipos diferentes de veículos: um carro, um caminhão e uma motocicleta. Essa campanha visa destacar a ampla variedade de produtos oferecidos na Automechanika, um evento que há muito tempo mudou de posição com carros "just".

Uma característica fundamental: todos os três veículos foram criados inteiramente a partir de peças de carros oferecidas pelos expositores da Automechanika. Você consegue encontrar o motor DC sem escova?

Internacional

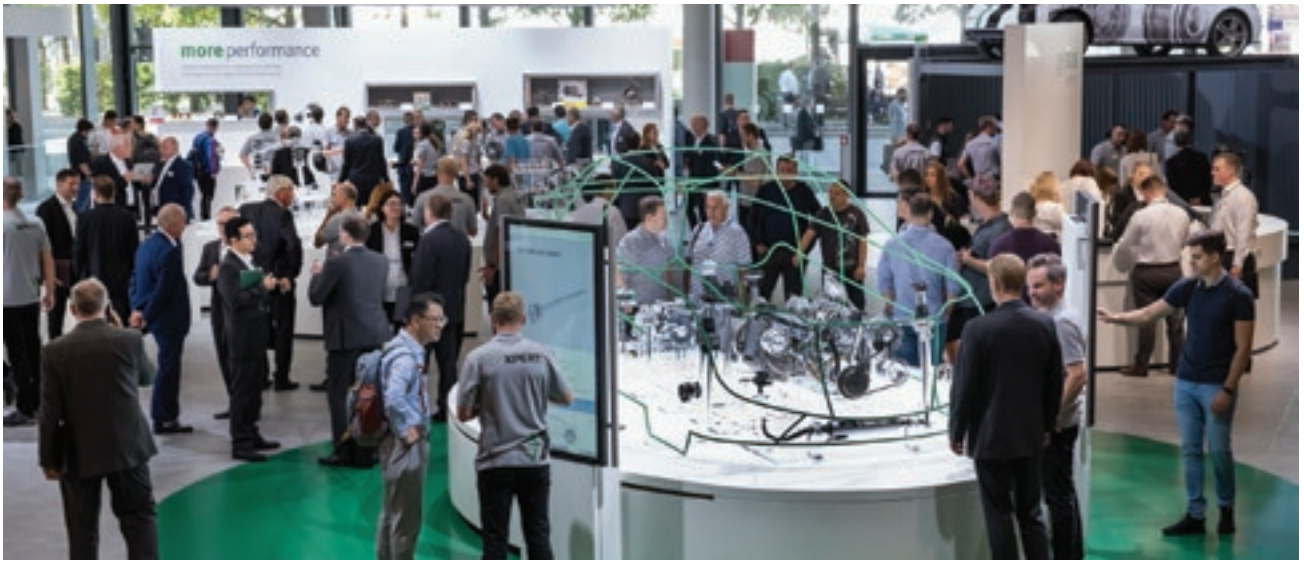
Uma família em crescimento: Automechanika Astana

A família Automechanika amplia sua rede de feiras que chega a Astana, no Cazaquistão. Automechanika Astana estreou no final de março de 2019 e é hoje a principal feira regional para a indústria de serviços automotivos voltada para visitantes do Cazaquistão e da Ásia Central.

Com sua mais recente adição, a marca da feira agora conta 17 eventos em 16 países – outro recorde, tornando a Messe Frankfurt a maior marca de feira de negócios B2B do mundo.

A pujança do mercado de reposição automotiva consolida-se, assim, como de grande importância econômica mundial e a Automechanika oferece uma plataforma compartilhada para todos os envolvidos em todo o mundo.

Estaremos lá, de 8 a 12 de setembro de 2020.



SEMINÁRIO DA
REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA
&
MERCADO AUTOMOTIVO
EXPO DAY

PATROCÍNIO PRATA

ARTEB
Delphi Technologies
KOLBENSCHMIDT
NGK SPARK PLUGS / NTK OXYGEN SENSORS
Pellegrino
PERFECT
Rede PitStop
ROLES
Sama Autopeças / Laguna Autopeças
FAG
TAKAO

PATROCÍNIO BRONZE

AUTOMEC
BOSCH
DANA
FRASLE / FREMAX
FREUDENBERG-NOK
ZF

ESTANDES EXPO DAY

FRAGA
LQA
npd
pague & leve
Rede PitStop
TecAlliance

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

QUER PARTICIPAR DO SEMINÁRIO & EXPO DAY 2020?

COMERCIAL

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

www.**seminarioautomotivo**.com.br

REALIZAÇÃO: APOIO: ORGANIZAÇÃO:

Conhecimentos necessários

Em livro, consultor ressalta o que todo funcionário deveria saber sobre sua empresa

Chega às livrarias uma nova edição do livro *O que o CEO quer que você saiba* (Editora Sextante, 160 páginas, R$ 40), anteriormente publicado como Afinal, o que realmente funciona? A obra é considerada um clássico dos negócios e já vendeu mais de 300 mil exemplares, mostrando aos leitores informações essenciais sobre o funcionamento de sua própria empresa.

O livro é escrito por Ram Charan, consultor reconhecido internacionalmente por seu trabalho com conselhos de administração e CEOs. Charan é formado pela Harvard Business School, é coautor de Pipeline da Liderança e autor de mais de 25 livros.

Em *O que o CEO quer que você saiba,* o consultor descreve os fundamentos por trás do sucesso de qualquer negócio, seja uma grande empresa ou um pequeno negócio informal. Para isso, Charan conta boas histórias de companhias como Uber, Amazon, Apple, Toyota, Netflix, Walmart, GE e Starbucks, de modo a destacar que os melhores CEOs têm em comum a capacidade de reduzir a complexidade do negócio e focar em sua essência.

A própria iniciativa do livro remonta a um pedido de um dos clientes atendidos pelo autor. Jacques Nasser, então CEO da Ford, queria que os funcionários soubessem mais do que o estritamente necessário para fazerem bem o seu trabalho. De acordo com Charan, o executivo gostaria que os colaboradores conhecessem todo o processo, a ponto de entenderem todas as utilidades de suas contribuições, de modo a poder ajudar a empresa inteira e não apenas um departamento específico.

Nasser então pediu ao consultor que ministrasse um curso para algumas centenas de gerentes.

No terceiro dia do treinamento, o CEO do Ford se sentou no fundo da sala e posteriormente disse a Charan que o conteúdo era exatamente o que ele queria. No entanto, levaria muito tempo para ensinar a todos. Dessa forma, pediu ao consultor que escrevesse um livro simples, apresentando tudo o que foi abordado no curso. Assim surgiu a obra *O que o CEO quer que você saiba*.

"Meu objetivo ao escrever este livro foi compartilhar com você minha experiência de anos analisando como pensam e agem algumas das pessoas mais bem-sucedidas do mundo dos negócios. Você descobrirá o que elas fazem para que suas empresas – e seus colaboradores – atinjam a excelência", destaca o consultor.

"Estou no mundo dos negócios há mais de 50 anos. Na verdade, essa trajetória começou ainda na infância, quando eu vivia na pequena sapataria da minha família na Índia. Em seguida, trabalhei como engenheiro na Austrália, depois me mudei para os Estados Unidos, onde cursei a Harvard Business School e lecionei na Kellogg School of Management, da Universidade Northwestern, e na Universidade de Boston. Concluído esse percurso, tenho aconselhado CEOs e trabalhado em diretorias de grandes e pequenas empresas do mundo todo. Durante esse tempo, observei que os melhores CEOs se assemelham aos melhores professores, isto é, são capazes de remover a complexidade e o mistério dos negócios, focando nos fundamentos da obtenção de lucros. Além disso, certificam-se de que todos na empresa, não apenas os altos executivos, entendam os elementos básicos do negócio", escreve o autor no livro.

Para o autor, não é apenas o CEO que se beneficia de um cenário em que todos conheçam bem os elementos do negócio. Todos se sentem mais conectados e satisfeitos com suas funções quanto realmente entendem como a organização como um todo funciona. É por isso que, segundo o autor, os melhores CEOs se empenham tanto em explicar as coisas.

Ainda de acordo com Charan, a semelhança entre os melhores CEOs e os vendedores ambulantes é que todos conhecem (ou ao menos deveriam conhecer) a própria situação financeira. Eles sabem quais são os artigos mais rentáveis, entendem a importância de manter o índice de venda dos produtos e conhecem seus clientes. Entendem que é a satisfação dos clientes, em última análise, que os mantém no negócio.

"O seu CEO quer que você compreenda como esses fundamentos funcionam – e funcionam conjuntamente – em sua organização. Invista algumas horas na leitura deste livro e entenderá o que quero dizer. Depois disso, não haverá limites para onde você pode chegar na sua carreira", escreve o autor.

A linguagem utilizada por Charan é simples e sua estrutura no livro é bem organizada, sempre trazendo exemplos interessantes para exemplificar seus conceitos. Na primeira metade da obra, o autor apresenta os elementos básicos das empresas (fluxo de caixa, giro de estoque, crescimento rentável e satisfação dos clientes) e explica como cada um deles é aplicado por todos os CEOs, sejam os que dirigem startups, empresas on-line ou grandes companhias tradicionais.

Logo depois, o consultor ensina a aplicar essas ferramentas, discutindo como os negócios de fato são feitos hoje em dia. "Digo 'hoje em dia' porque, quando comecei a trabalhar, as empresas eram organizadas por hierarquia. As informações eram transmitidas de cima para baixo por meio de uma cadeia de comando formal, e cada etapa passava por reconhecimentos e aprovações. Hoje, porém, colaboração e integração são habilidades muito valorizadas nas empresas", "explica no livro.

Vale a leitura para todos aqueles que desejam conhecer melhor o funcionamento da empresa em que atuam. É necessário entender que o conhecimento sobre a estrutura da companhia é algo que trará benefícios diretos a todos e não apenas ao CEO.

Jerônimo Mendes

Como começar bem no seu primeiro cargo de liderança

Liderança é um assunto intrigante, estimulante e inesgotável, além de necessário, portanto, quando você estiver prestes a ocupar o cargo de líder, a releitura desse artigo será fundamental, do começo ao fim.

Não existe fórmula mágica nem fórmula pronta para ensinar alguém a liderar. Em primeiro lugar, lembre-se, ninguém nasce pronto. Você já presenciou alguma cena de parto e ouviu o obstetra dizer em voz alta algo do tipo Deus abençoe, papai e mamãe, olha que beleza, nasceu mais um líder, nasceu mais um empreendedor ou nasceu mais um médico?

Em segundo lugar, saiba que a liderança depende de um longo e minucioso caminho de superação que vai além das suas limitações e das expectativas alheias. Em geral, a liderança é uma conquista. Como afirmou Tom Peters, referência em liderança: chegar ao topo é fácil; difícil é conquistar o respeito do grupo.

O que existe, para todo e bom profissional em busca dessa competência essencial no mundo dos negócios, é uma série de características, habilidades e virtudes que surgem ao longo da vida e lhe favorecem, ou não, para uma posição de liderança.

Portanto, vou compartilhar algumas dicas que considero fundamentais para você começar a construir o seu próprio caminho da liderança, fruto da experiência, da leitura assídua de bons livros e da observação de centenas de líderes com os quais eu tive a felicidade ou, por vezes, infelicidade de conhecer.

Tudo na vida é aprendizado, ou seja, de uma forma ou de outra, seja qual for a adversidade, todas contribuem para o crescimento do líder. Não é algo tão difícil assim, mas vai depender basicamente da sua dedicação para dominar o verdadeiro sentido da palavra liderança, muito mais na prática do que na teoria.

Imagine que você foi promovido e vai assumir o cargo de liderança na próxima semana, depois de alguns anos esperando por aquela tão sonhada oportunidade, então, você se lembra de que “chefe” é aquilo que você deseja ser, mas não gosta muito de ter.

Qual seria o passo a passo? Qual seria a primeira atitude no cargo de líder? Talvez ali estejam profissionais que começaram contigo lá no início quando vocês ainda eram simples auxiliares, mas agora você é o líder e o seu melhor colega de fábrica será um dos seus subordinados. Como fica essa relação? Como você vai separar o lado pessoal do profissional? O que você faria?

Zinni & Güell Ltda

Indústria de Auto Peças

R-1457 E/D
Máquina Reguladora
Mobi 2016 em diante
4P - Dianteira
Lançamento

O que era novidade virou realidade! Como sempre saimos na frente. Confira:

A marca de Qualidade

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

1.Esclareça as expectativas: lembre-se, existem expectativas de todos os lados, do responsável pela sua contratação ou promoção, de quem faz parte da equipe e também de você mesmo, portanto, reúna a equipe e seja direto sobre o que você espera de cada membro e qual será a sua contribuição para o alcance dos resultados. Tenha em mente o seguinte e assim você mantém o foco naquilo que é necessário: Liderança é resultado!

2.Reconheça o terreno: com quem você realmente pode contar? Você tem as pessoas certas no lugar certo fazendo a coisa certa? Os processos estão bem definidos? Os sistemas utilizados são os ideais para o monitoramento frequente dos resultados e o ganho de eficiência? O ambiente de trabalho é alegre? Permite autonomia, criatividade e debate?

3.Imponha o seu próprio ritmo: na medida em que você ganha velocidade, deixe claro quanto à forma de acompanhamento dos trabalhos, de monitoramento dos resultados, de cobrança, portanto, seja direto na comunicação, sem entrelinhas ou meias palavras. É frustrante ser liderado por alguém que cobra resultados de objetivos e metas que não estão claros para ninguém.

4.Conceda uma liberdade vigiada: o que é isso, chefe? Delegue responsabilidades e estabeleça prazos, mas não sufoque as pessoas enquanto não chegar a hora de cobrar. O que é combinado não é caro. Se o prazo é para sexta-feira, então, na sexta-feira vocês conversam, nada de ficar sufocando as pessoas e perguntando todo dia. Faça perguntas poderosas: como está indo o trabalho? Como eu posso te ajudar? Quem pode trabalhar contigo? Quando podemos falar a respeito? Qual o melhor horário para você? Simples assim!

5.Reúna a equipe com frequência: Meu Deus! Reunião toda hora? Claro que não, criatura, mas uma vez por semana é necessário para alinhar as expectativas, os objetivos, as metas, a forma de trabalho. Faça reuniões produtivas, com início, meio e fim, pauta previamente definida e tempo máximo de duração, em geral, no primeiro horário da segunda-feira e no primeiro horário da sexta-feira para uma reavaliação dos resultados obtidos na semana.

6.Crie um bom networking com os pares: quem são seus pares? Em geral, líderes de mesmo nível: gerentes, supervisores, coordenadores etc. É óbvio que existe uma competição natural entre os líderes, entretanto, existe muito espaço para trabalho conjunto e ajuda mútua. Em qualquer organização, todas as áreas são interdependentes, portanto, a interação é fundamental para o atingimento dos resultados. Problemas sempre existirão e quanto mais alinhado você estiver com os colegas de mesmo nível, mais fácil a superação dos obstáculos.

7.Comemore os resultados: não precisa fazer uma festa regada a doces, salgados e champanhe porque as empresas não permitem nem há verba para isso, mas uma simples reunião de agradecimento em público, para toda a equipe, não faz mal a ninguém. Foi-se o tempo em que as pessoas eram tratadas como números ou robôs. Hoje, no mundo cada vez mais conectado, simplificado e tecnológico, a inteligência é altamente fugidia e muda de empresa com a mesma facilidade com a qual você troca de roupa.

8.Leia livros, muitos livros: é impossível conceber a ideia de que alguém possa atingir o ápice da liderança sem a leitura de livros sobre o assunto. Os livros vão resolver todos os seus problemas? Óbvio que não, mas podem lhe oferecer uma infinidade de insights e ajudá-lo a construir o seu próprio caminho na liderança.

Por fim, como diz o grande mestre Ram Charan em seu livro Execução, os líderes conseguem o comportamento que demonstram e toleram.

Pense nisso, construa um mundo diferente e seja um líder por excelência!

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.

LS Indústria e Comércio de Auto Peças Ltda

Linha Leve

Bicos Ejetores • Retrovisores • Ganchos de Caçamba • Interruptores de Porta • Soquetes • Lanternas • Lentes de Lanternas • Luminosos de Taxi • Reservatórios de Expansão

Linha Pesada Vans

Fábrica I

Tel.: 11 2236-7906
2236-5045
2256-5222
Fax: 11 2256-5056

Fábrica II

Tel.: 11 4449-5201
4819-9559
4819-9561
4449-4622
Fax: 11 4819-9560

Visite nosso site

www.ls-industria.com.br | lsindustria@ig.com.br | lsindustria@hotmail.com

Números do setor automotivo

LICENCIAMENTO DE AUTOVEÍCULOS NOVOS NACIONAIS

Os índices relativos ao licenciamento de autoveículos novos nacionais registraram queda em agosto. Na comparação com o mês de julho, houve retração de 0,7%, em um cenário sustentado principalmente pelos resultados dos veículos leves. Quando se leva em consideração agosto de 2018, o cenário é semelhante, com baixa de 0,6%. Somente no acumulado do ano é que o cenário melhora: alta de 11,7%. Destaque para o segmento de ônibus, cuja resultado acumulado nos oito primeiros meses de 2019 representa aumento de 50% na comparação com o mesmo período de 2018. Ainda nesse cenário, os caminhões também obtiveram resultados favoráveis, especialmente no segmento dos pesados, com alta superior a 60%.

Unidades	2019			2018		VARIAÇÕES PERCENTUAIS		
	AGO A	JUL B	JAN-AGO C	AGO D	JAN-AGO E	A/B	A/D	C/E
Total	216.858	218.492	1.600.207	218.208	1.432.026	-0,7	-0,6	11,7
Veículos leves	205.647	207.948	1.523.565	209.371	1.378.021	-1,1	-1,8	10,6
Automóveis	180.119	181.020	1.339.421	183.107	1.201.309	-0,5	-1,6	11,5
Comerciais leves	25.528	26.928	184.144	26.264	176.712	-5,2	-2,8	4,2
Caminhões	9.181	8.733	63.182	7.269	45.023	5,1	26,3	40,3
Semileves	140	187	1.470	197	1.501	-25,1	-28,9	-2,1
Leves	903	1.007	7.296	939	7.581	-10,3	-3,8	-3,8
Médios	899	921	6.489	693	4.402	-2,4	29,7	47,4
Semipesados	2.320	2.091	14.446	1.793	10.811	11,0	29,4	33,6
Pesados	4.919	4.527	33.481	3.647	20.728	8,7	34,9	61,5
Ônibus	2.030	1.811	13.460	1.568	8.982	12,1	29,5	49,9

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	205,8	219,8	200,5	218,5	216,9					1.600,2

Fonte: Renavam/Denatran.

PRODUÇÃO DE AUTOVEÍCULOS MONTADOS

Quanto à produção de autoveículos montados, o cenário é levemente superior ao verificado nos licenciamentos. Na comparação entre agosto e julho desse ano, o aumento foi mínimo, de 1,1%. Já no cenário que leva em consideração o mês de agosto de 2018, houve queda acentuada, de 7,3%. De modo geral, o resultado também melhora quando se leva em consideração o acumulado do ano em relação ao mesmo período de 2018: alta de 2%, com destaque para os veículos leves, que apresentaram números favoráveis em todos os seus segmentos monitorados. Os ônibus, entretanto, não aparecem com bons índices na comparação entre 2018 e 2019. O desempenho é fortemente influenciado pelo segmento dos utilitários, já que os rodoviários apresentam acréscimo de 20% em seus registros.

Unidades	2019			2018		VARIAÇÕES PERCENTUAIS		
	AGO A	JUL B	JAN/AGO C	AGO D	JAN-AGO E	A/B	A/D	C/E
Total	269.809	266.992	2.011.106	291.099	1.971.268	1,1	-7,3	2,0
Veículos leves	256.411	253.434	1.914.690	278.414	1.882.328	1,2	-7,9	1,7
Automóveis	221.531	221.869	1.677.031	243.241	1.625.708	-0,2	-8,9	3,2
Comerciais leves	34.880	31.565	237.659	35.173	256.620	10,5	-0,8	-7,4
Caminhões	10.732	10.918	77.046	9.697	68.139	-1,7	10,7	13,1
Semileves	72	104	702	97	1.249	-30,8	-25,8	-43,8
Leves	1.226	1.553	11.845	1.916	13.258	-21,1	-36,0	-10,7
Médios	607	596	3.964	689	4.370	1,8	-11,9	-9,3
Semipesados	2.769	2.658	17.837	2.671	18.850	4,2	3,7	-5,4
Pesados	6.058	6.007	42.698	4.324	30.402	0,8	40,1	40,4
Ônibus (Chassis)	2.666	2.640	19.370	2.988	20.801	1,0	-10,8	-6,9
Rodoviário	370	451	3.928	534	4.918	-18,0	-30,7	-20,1
Urbano	2.296	2.189	15.442	2.454	15.883	4,9	-6,4	-2,8

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	267,6	275,7	233,1	267,0	269,8					2.011,1

Fonte: Renavam/Denatran.

Participação recorde

Em edição que comemorou 20 anos, evento registra mais de 45 mil visitantes

Realizada de 11 a 14 de setembro, a Feira de Tecnologia Automotiva do Nordeste-Autonor registrou um recorde de público na edição que comemorou seus 20 anos de existência. No total, mais de 45 mil visitantes compareceram à feira, que contou com mais de 730 marcas expositoras neste ano.

O resultado fez com que aumentasse também a procura por estandes para o próximo evento, cuja edição é esperada para 2021. "Um grande número de empresas expositoras já confirmou participação em 2021. Isso mostra que as empresas estão acreditando no mercado e na força do evento como instrumento de promoção de negócios", afirma Bruna Miranda, diretora da Autonor Empreendimentos, empresa responsável pela organização da feira.

A empresária também destacou a qualificação do público visitante, em sua maioria composto por empresários e profissionais ligados à cadeia de reparação automotiva. Além disso, vale mencionar que os visitantes tinham origem em diversos Estados da região Nordeste e de todo o Brasil. "Isso favoreceu a realização de negócios e o estabelecimento de relacionamentos comerciais permanentes", completa.

O resultado positivo do evento também pode ser medido pelo volume de negócios gerado: R$ 50 milhões. Para Emanuel Luna, diretor e idealizador da Autonor, os números registrados pelo evento sinalizam que o Brasil cansou da crise econômica e está preparado para retomar o crescimento de outrora.

"Pelos relatos que recebemos de muitos expositores, podemos dizer que essa foi a melhor Autonor de todas. Para nós, feira boa é aquela na qual nossos expositores comemoram os bons resultados. Com isso constatamos que cumprimos nosso propósito de facilitar negócios e a interação entre fornecedores e compradores. Estamos dando início a um período de retomada gradual no qual esperamos que o País tenha capacidade para melhorar sua estrutura a fim de garantir um crescimento sustentável por um longo período", avalia o executivo.

Quem compareceu à Autonor também elogiou o que viu no evento. Executivos de empresas de segmentos diversos do setor automotivo destacaram a qualidade do conteúdo oferecido pelos expositores e pela organização do evento.

Para Érico Toledo, gerente de Desenvolvimento da MTech, indústria de autopeças da montadora de veículos Mitsubishi e Suzuki no Brasil, o resultado da feira foi excelente. "Agendamos vários negócios e com certeza estaremos aqui na próxima edição. A Autonor é uma das maiores feiras do País e é muito importante para nós, pois está dentro do mercado do Nordeste onde planejamos fazer uma expansão", afirma.

Geraldo Villarim, diretor da Rediesel, é outro a elogiar os resultados obtidos na feira. "Ficamos particularmente muito felizes por estarmos entre os protagonistas desse grande e importante evento participando como expositor de todas as edições ao longo desses 20 anos de história", disse.

Para Carlos Eduardo da Silva, da Auto Norte, a feira se consolida a cada edição como a maior feira de autopeças das regiões Norte e Nordeste. "Gostaríamos de parabenizar seus idealizadores pelo sucesso e pelo apoio que temos recebido nesses 20 anos", completa. Flávio Portela, gerente-geral de Vendas da SK Automotive, destacou a oportunidade promovida pela feira para que houvesse contato direto com o que existe de mais inovador em tecnologia. Dessa forma, a Autonor proporcionou aos expositores a maior vitrine para um público interessado em buscar novidades e fortalecer relacionamentos.

Além dos negócios gerados, a Autonor proporcionou a empresários do setor de autopeças, mecânicos e balconistas a oportunidade de participar de eventos gratuitos de capacitação. Uma das entidades a promover os seminários foi o Sebrae (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). Nos quatro dias de feira, o Sebrae ofereceu palestras sobre inovações tecnológicas aplicadas aos veículos recém-lançados no mercado.

Foram abordados também assuntos relacionados à gestão empresarial e às perspectivas futuras do setor automotivo. No pavilhão de feira, o público pôde conferir a Arena do Conhecimento, um espaço onde várias empresas promoveram palestras de especialistas de renome no mercado automotivo.

O presidente do Sincopeças-PE (Sindicato do Comércio de Autopeças do Estado de Pernambuco), José Carlos de Santana, disse que vê com alegria a evolução das empresas que, ano a ano, participam da Autonor. "Eu, que participo desde a primeira edição, vejo que as empresas estão sempre renovando suas participações como reflexo do crescimento positivo dos resultados obtidos durante o evento", completa.

Com os resultados exibidos em sua edição especial de 20 anos, a Autonor evidencia sua força estratégica nas regiões Norte e Nordeste do Brasil e faz o público aguardar de forma ansiosa pelo próximo evento, em 2021, novamente na cidade de Olinda. O que o público e (especialmente) os expositores esperam é que a próxima edição ocorra em um cenário de maior pujança da economia brasileira e consequentemente do setor automotivo como um todo.

Carro autônomo no Brasil é uma utopia?

Para especialista, diversos fatores impedem o desenvolvimento da tecnologia no País

Com certa frequência nos últimos anos, o carro autônomo foi palco de discussões diversas no setor automotivo brasileiro. No entanto, para o engenheiro Rogério Borili, vice-presidente de Tecnologia da Becomex, essa inovação não depende apenas da boa vontade da indústria automobilística e da integração das novas tecnologias.

De acordo com ele, são tantas as variáveis e necessidades para que esta revolução ocorra no Brasil que ela soa "praticamente utópica nos dias de hoje". "Existem seis níveis de automação padronizados pela indústria automobilística e eles vão da classificação 0 a 5, sendo que a 0 não possui nenhum tipo de automação – a maioria dos comercializados no mercado. As classificações 1 e 2 já possuem alguns sistemas auxiliadores, como aceleração, freio, motores e direção, como os tradicionais controladores de velocidade já muito utilizados atualmente. A partir da 3, os veículos passam, de fato, a ter um tipo de autonomia, podendo se movimentar por conta própria, mas ainda necessitando de intervenção humana, até chegar na classificação 5, no qual o carro é 100% autônomo", explica o engenheiro, cuja empresa fornece consultoria e tecnologia especializada nas áreas tributária, fiscal e aduaneira.

Por conta do grande volume de dados necessários para o funcionamento de um carro autônomo, Borili chama a atenção para o uso da tecnologia 5G, que permitirá um avanço significativo.

Até este ponto ainda estamos falando da tecnologia que envolve a criação do carro autônomo, mas existem outras que são tão ou mais importantes para que ele funcione da maneira adequada. Uma delas é a capacidade de comunicação considerando grandes volumes de dados.

"Mais dados disponíveis para o processamento local, já que o feito em nuvem não é adequado devido à necessidade de decisões e respostas imediatas (definir se o obstáculo à frente é apenas fumaça ou um carro parado, por exemplo) e, consequentemente, mais velocidade na troca de informações e baixa latência", explica. No entanto, é também nesse ponto que residem as principais dificuldades do desenvolvimento do veículo autônomo.

"Embora a Anatel já tenha definido as primeiras frequências para a instalação do 5G e diversas operadoras já iniciaram a fase de testes, a tecnologia só deve estar disponível comercialmente no País daqui alguns anos. Além disso, ainda não sabemos o nível de velocidade e de capacidade de transmissão de dados que será disponibilizado por aqui. É ver para crer", completa.

Borili também destaca a (falta de) infraestrutura das vias. "Desde faixas da pista mal pintadas ou sem sinalização, passando pela disponibilidade de infraestrutura para os elétricos até a conexão de informações do tráfego com o veículo. Some isso à convivência de carros autônomos e veículos normalmente conduzidos [...] e o caos será instaurado. Embora empresas diversas estejam empenhadas em desenvolver ferramentas para atender a todos esses mercados que envolvem a implementação do carro autônomo, este requer um ambiente formado por cidades inteligentes em um nível que ainda estamos bem longe de conquistar", aponta.

Por fim, o especialista também ressalta as questões jurídicas como dificuldade de implantação do modelo no País. "Com a nova Lei de Proteção de Dados, quem será o proprietário das imagens coletadas pelas câmeras instaladas nas vias e no próprio veículo? Como decidir o grau de culpabilidade em casos de acidentes? São algumas das muitas questões que ainda não temos respostas, mas que precisarão ser definidas antes de termos este nível de inovação nas ruas", conclui.

AUTO MAINTENANCE & REPAIR

Book your booth now!

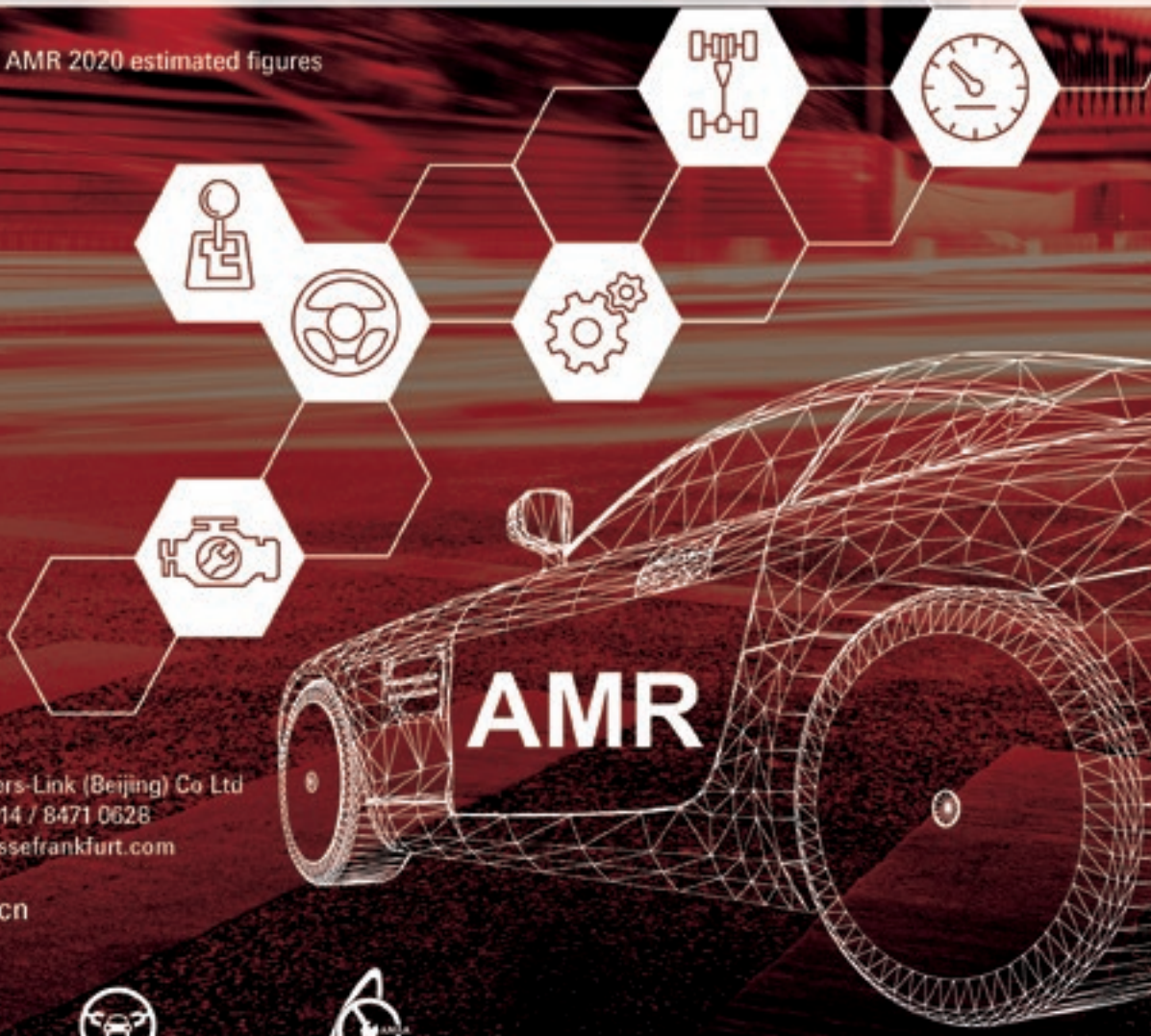
China International Trade Fair For Auto Service, Parts, Maintenance And Repair Technology And Equipment

15 – 18.3.2020

New China International Exhibition Centre (NCIEC) • Beijing

120,000	1,300	60,000	70
Exhibition space (sqm)	Exhibitors	Visits	Countries and regions

* AMR 2020 estimated figures



Contact
Messe Frankfurt Traders-Link (Beijing) Co Ltd
Tel: +86 10 8472 4014 / 8471 0628
Email: amr@china.messefrankfurt.com

www.amr-china.cn

中国汽车保修设备行业协会

中国汽车维修行业协会

messe frankfurt

Erik Penna

Um grande campeão de vendas sabe usar a técnica da fração

Se eu pedir para algumas pessoas escreverem um livro, uma boa parte delas poderia dizer que seria quase impossível. Agora, se eu pedir para elas escreverem uma folha ou uma página por semana, provavelmente elas concordariam mais facilmente. E, sem perceber, após um período, o livro estará quase todo escrito. Assim é também com nossas metas, precisamos dividi-las, pois, fracionando-as, o alvo não parecerá tão distante.

Isso é válido, ainda, para aquele cliente que considera o produto ou serviço de um profissional ou empresa muito caro. A solução, nesse caso, pode ser transformar o preço por dia, por pessoa ou até por hora.

Imagine a seguinte cena que ilustra a correta utilização dessa técnica: um vendedor chegou para oferecer uma capacitação para uma determinada empresa. Quando ele informou que o preço era R$ 3.000,00, o cliente quase caiu da cadeira e disse que não compraria. Mas, ele fez uso desta técnica e, percebendo a objeção, no mesmo instante, disparou a seguinte pergunta: "Seu funcionário não merece R$ 1,00 de investimento?" E, percebendo que o cliente ficou intrigado e interessado nesse raciocínio, continuou: "Vamos fazer esse cálculo juntos. São aproximadamente 100 pessoas que participarão do treinamento. Se dividirmos esses R$ 3.000,00 por 100 pessoas, chegaremos a R$ 30,00 por pessoa. Como temos 30 dias no mês, se dividirmos 30 reais pe-

automechanika
SHANGHAI

REIFEN
LICENSED BY MESSE ESSEN

Shanghai international trade fair for automotive parts, equipment and service suppliers

3 – 6 December 2019

National Exhibition and Convention Center (Shanghai), China

www.automechanika-shanghai.com

Book your stand now!

15th edition

中机国际 SINOMACHINT

messe frankfurt

los 30 dias, encontraremos o valor de 1 real investido por funcionário, por dia, somente neste mês. Logo em seguida, entregou o contrato preenchido, a caneta para o cliente assinar e arrebatou com a afirmação: "Tenho certeza que sua equipe merece um investimento de R$ 1,00". E o cliente assinou o contrato na mesma hora.

Propagandas de consórcios de veículos fazem uso dessa técnica, mostrando valores aos consumidores em torno de R$ 8,00 por dia.

É comum ocorrer também um questionamento do tipo a seguir, utilizado por planos de saúde: "A saúde de seu filho merece um investimento diário de R$ 3,99?" Isso colabora muito para chamar a atenção justamente por conta dos valores fracionados, que ficam parecendo menores quando comparados ao valor total.

É evidente que um genuíno campeão de vendas jamais utilizará essa técnica para ludibriar o cliente, mas, sim, mostrar que um valor que parece ser caro pode se tornar viável olhando por outro ângulo.

Muitas vezes, o problema aparece bem antes da entrevista de vendas, ou seja, na hora de agendar a reunião com o cliente. Por exemplo: ao tentar marcar com o responsável da empresa ou profissional, às 10 horas ou 11 horas, você percebe que não consegue. Sabe por qual motivo? Porque, no subconsciente do cliente, a reunião vai durar uma hora, ou seja, se começa às 11 h só deve acabar às 12 h e este tempo todo ele não tem. Consequentemente, ele não agenda a reunião.

Será mais produtivo procurar marcar encontros ou reuniões de negócios em hora fracionada, ou seja, 10h40 ou 11h45, por exemplo, pois, na cabeça do cliente, implicará que ele só utilizará 20 ou 15 minutos, respectivamente, do tempo dele. Dessa forma, conseguir agendar o encontro tão desejado terá as chances aumentadas de forma exponencial.

Promovendo modificações na abordagem ao cliente utilizando as técnicas de fração, certamente os resultados positivos surgirão.

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

Davi Rodrigues

autovale

Feira de Tecnologia Automotiva

Linhas Leve, Pesado, Duas Rodas e Acessórios

14 a 16 OUTUBRO 2020

DAS 17H ÀS 22H

CENTRO DE CONVENÇÕES SENADOR NILO COELHO

PETROLINA-PE

PROIBIDA A ENTRADA DE MENORES DE 16 ANOS

Realização e Promoção

AutoNor PREENDIMENTOS

Av. Engenheiro Domingos Ferreira, nº4023
Sala 502 | Boa Viagem - Recife-PE
CEP: 51021-010

Informações

(81) 3467.6572

autovalefeira

autovale@autovalefeira.com.br
www.autovalefeira.com.br

É preciso ampliar interface com consumidor, recomendam palestrantes em fórum do IQA

Entender melhor o consumidor é um imperativo para a indústria suportar o período de mudanças disruptivas, segundo os palestrantes que participaram do 7º Fórum IQA da Qualidade Automotiva, realizado no dia 16 de setembro, em São Paulo. Para isso, é preciso trabalhar com enorme quantidade de dados, nunca antes disponibilizada, para entregar soluções que atendam demandas reais. E a cultura da qualidade precisa fazer parte do DNA de todas as empresas, completou Ingo Pelikan, presidente do IQA e gerente sênior de Gerenciamento de Fornecedores da Mercedes-Benz, ao abrir o fórum.

Para Dan Ioschpe, presidente do Sindipeças, é fundamental o Brasil avançar em acordos de livre comércio para garantir inserção competitiva. "Defendemos a internacionalização da nossa indústria", ressaltou. Marcus Vinícius Aguiar, vice--presidente da Anfavea, lembrou que o programa Rota 2030 levará os carros nacionais a melhor patamar em segurança e eficiência. "Ficaremos em pé de igualdade com os veículos da Europa no fim do ciclo", afirmou.

Em bloco sobre novas tecnologias, Valter Luiz Knihs, diretor industrial de Sistemas & eMobility da WEG, apresentou materiais para o avanço da eletrificação, como o silício, semicondutor abundante e de baixo custo. Mauro Andreassa, professor associado do Instituto Mauá de Tecnologia, falou sobre a economia compartilhada e frisou que a indústria precisa entender o cliente para dar passos seguros. "Nunca tivemos tantos dados", disse. Para Bruno Ramos, gerente de Produto do Groupe PSA na América Latina, o desafio é trabalhar com todas as informações disponíveis para entregar soluções que atendam necessidades reais. Daniel Lange, líder de Equipe de Inovação da Robert Bosch, falou que a indústria precisa abrir espaços favoráveis para a inovação, como investir em desenvolvimento orientado para o usuário. "É sair do escritório e ir falar com os consumidores para conhecer as realidades", afirmou.

Ricardo Bacellar, líder da KPMG para a Indústria Automotiva no Brasil, mostrou o capítulo brasileiro de pesquisa global, lançado em junho, sobre posicionamentos dos consumidores neste contexto de mudanças, como 87% têm interesse em carros por assinatura e 90% gostariam de ter veículos elétricos à disposição para compra no Brasil. "O consumidor quer ter direito de escolha, assim, quem apostar num único cavalo perderá", comparou.

Entre os representantes do aftermarket, José Mauricio Andreata Jr., vice-presidente da Fenabrave, afirmou que os concessionários têm se preparado para suportar esse período. "Vai sobreviver quem for mais eficiente, buscar novas tecnologias e atender melhor o cliente", resumiu. Rodrigo Carneiro, presidente da Andap (Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças), destacou que o consumidor assumiu lugar de destaque como nunca na história. "Mudanças disruptivas têm acontecido de baixo para cima, com a exigência do cliente por posturas mais assertivas", afirmou.

Heber Carvalho, vice-presidente do Sincopeças, mostrou preocupação com a informatização, avançada nas grandes empresas do comércio de autopeças, mas ainda distante do pequeno varejista. A certificação de oficinas foi abordada por Antônio Carlos Fiola, presidente do Sindirepa Nacional, que fez apelo para que a indústria e as empresas seguradoras sejam parceiras e incentivem a certificação. "Assim, vamos preparar o reparador para todo esse cenário", disse. Ivan Hussni, diretor técnico do Sebrae-SP, avaliou que o atual momento representa "um mar de oportunidades para pequenas empresas"

e frisou a necessidade de segmentos trabalharem em conjunto.

Pela primeira vez, o fórum reuniu representantes de logística, como Sandra Klanfar, gerente de Qualidade da Transzero Transportadora de Veículos, que falou sobre uma série de medidas tomadas pela empresa para a redução do índice de avarias, como o uso de dispositivo para delimitação de distância segura. Marcio Santos, gerente de Qualidade e Confiabilidade do Produto da Mercedes-Benz, apontou que uma dificuldade por parte de fornecedores é o atendimento a normas internacionais de logística, que "não se complementam e não são aderentes ao mercado brasileiro". Fábio Bortoleto, gerente de Logística da CCS, destacou a necessidade de colaboração por parte da indústria. "Ensinem os seus fornecedores a serem melhores e busquem melhorias de resultado", recomendou.

Representantes do governo marcaram presença e falaram sobre novas regulamentações: Daniel Tavares, coordenador geral de Segurança Viária do Denatran, apresentou as últimas medidas para reduzir o índice de mortos e feridos em acidentes de trânsito no País, sendo uma delas o aprimoramento de legislações para aumentar a segurança dos veículos. Depois, Gustavo Kuster, diretor de Avaliação da Conformidade do Inmetro, comentou sobre a implantação do novo modelo regulatório, que vem oferecer maior capacidade de resposta e orientação para resultado do que o vigente, além de propor compatibilidade com os modelos aplicados nos mercados europeu e norte-americano.

IQA – Instituto da Qualidade Automotiva / www.iqa.org.br, organismo de certificação sem fins lucrativos especializado no setor automotivo, criado e dirigido por Anfavea, Sindipeças, Sindirepa e outras entidades do setor e Governo. Parceiro de organismos internacionais e acreditado pela CGCRE (Coordenação Geral de Acreditação) do Inmetro. Atua em Certificação de Serviços Automotivos, de Produtos, de Sistemas de Gestão, Publicações, Treinamentos e Ensaios de Laboratório.

Nosso coração bate pelo gerenciamento térmico.

Ontem, hoje e amanhã!

BEH

A BEHR Hella Service se tornará MAHLE.

A partir de 1º de janeiro de 2020, a MAHLE Aftermarket agrega ao seu portfólio um novo parceiro - a Behr Hella Service, forte e especialista em tudo o que é relacionado a climatização e arrefecimento de veículos de passeio, comerciais, máquinas agrícolas e de construção e veículos acionados a combustão, híbridos ou elétricos. Somando ao portfólio da MAHLE, produtos de gerenciamento térmico como: Radiadores, Intercoolers, Aquecedores, Tanques de compensação/expansão, Radiadores de óleo, Blowers, Eletroventiladores, Embreagens viscosas, Condensadores de A/C, Filtros secadores, Válvulas de expansão e Evaporadores.

MAHLE-AFTERMARKET.COM

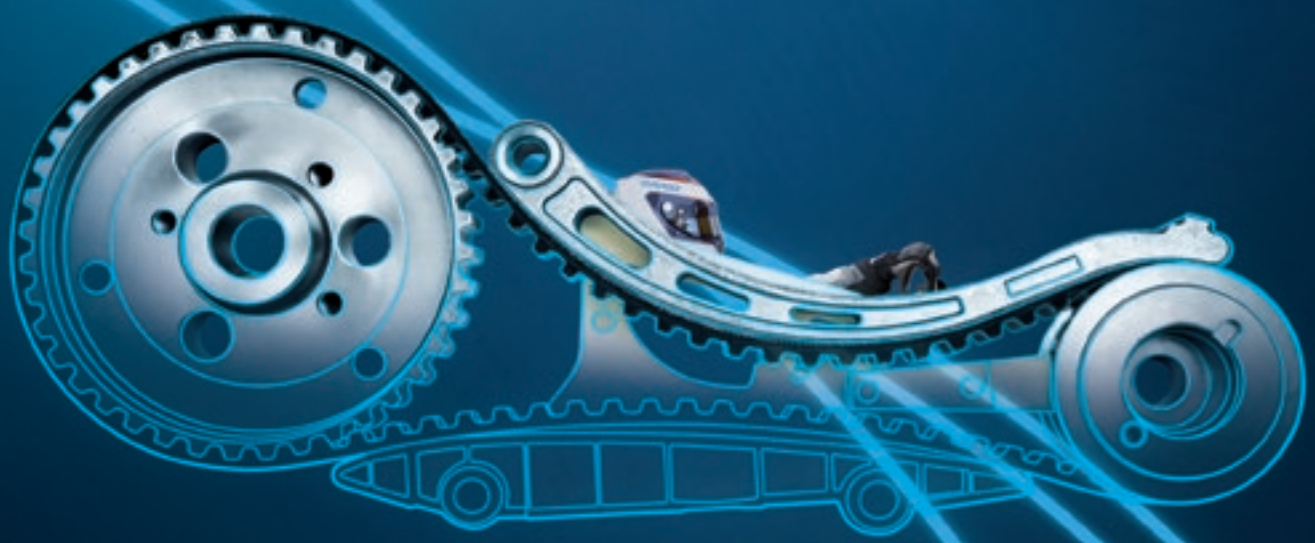
MAHLE

Seja gentil. Seja o trânsito seguro.

www.dayco.com

KUBELIBRE.COM

A **Correia de Distribuição** que o levará mais **rapidamente** ao **futuro.**



A primeira correia de distribuição do mundo banhada a óleo (Belt-in-Oil), de acordo com os requisitos dos motores mais avançados da indústria automotiva, sob a patente DAYCO.

DAYCO®

MOVE FORWARD. ALWAYS.™