MERCADO AUTOMOTIVO

REVISTA OFICIAL DOS DISTRIBUIDORES

Apoio ANDAP Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças

grupo photon

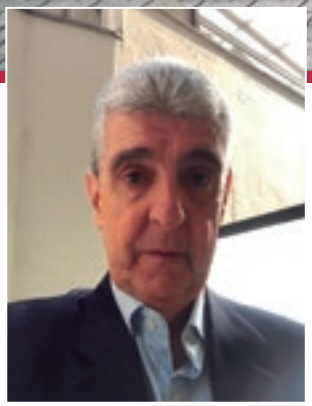
ANO 29 - #286

Retomada de atividades após a quarentena

Diretrizes a diversos setores da economia brasileira tem o objetivo de preparar o cenário pós-isolamento

Balde de Água Fria

Pandemia de Covid-19 interrompe recuperação em diversos setores da economia



Antonio Jorge Martins, coordenador de MBA da FGV, analisa o cenário que a Covid- 19 poderá deixar ao Brasil e ao setor automotivo

ISSN 1677-4876 00286

9 771677 487043

A PELLEGRINO NÃO PARA POR VOCÊ.

Por ser um serviço essencial, a distribuição de autopeças, motopeças e acessórios continua a funcionar em todo o país, garantindo o abastecimento de produtos e insumos, além da circulação de profissionais de setores-chave neste momento. Portanto, é imprescindível que nossos clientes tenham acesso às filiais que funcionarão de acordo com a legislação de cada Estado da União.

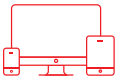
Nossos colaboradores estão recebendo todo o suporte para que se mantenham protegidos e nossas instalações foram adequadas às determinações dos órgãos de saúde competentes. Elas estão em funcionamento **das 8h às 18h**, mas também é possível comprar por telefone ou online.

E tem mais: a Pellegrino realiza a entrega dos pedidos onde você estiver! Conte com nossa gente.

flag

ACESSE PELLEGRINO.COM.BR
ENCONTRE A FILIAL
MAIS PRÓXIMA DE VOCÊ

OU



COMPRE ONLINE
24H POR DIA
7 DIAS POR SEMANA
b2b.pellegrino.com.br

Pellegrino
Conte com nossa gente.

Trânsito seguro: eu faço a diferença.

DESAFIOS DA NOVA REALIDADE

Momentos inesperados e desafiadores para a humanidade. A pandemia da Covid-19 trouxe uma nova realidade para todos nós. Nada mais será como antes, essa é a certeza que temos e que precisamos nos adaptar com este novo cenário em que o mundo digital se faz presente e necessário. Realizamos um encontro virtual com nossos associados, onde tivemos uma grande adesão nesse período, mostrando que, mesmo com o isolamento social, estávamos conectados e interagindo. Foi muito produtivo com a participação dos advogados que falaram das novas medidas trabalhistas e tributárias. Também atuamos para que o Decreto Federal nº 10.329, de 28 de abril de 2020, incluísse a comercialização de autopeças e pneumáticos na lista das atividades essenciais no País. Enfim, com medidas de proteção e cautela, é possível retomar aos poucos as atividades de forma consciente e cautelosa.

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

Assim, vamos nos moldando ao novo formato em que o mundo virtual complementa o físico. Muito aprendizado é possível tirar de toda essa situação, seja no campo dos negócios como na esfera pessoal. Tivemos de nos reinventar rapidamente e tomar decisões na velocidade necessária. Tudo mudou e agora precisamos seguir em frente. A gestão se faz primordial e deve ser prioritária na vida dos empresários, com o auxílio da tecnologia e todas as ferramentas que existem.

Uma nova visão sobre o negócio pode trazer melhorias e redução de custos. Fazer diferente pode trazer bons resultados e, nesta hora, é importante contar com um time participativo na busca de soluções distintas para problemas já conhecidos por todos.

O desafio que se apresenta traz também muito aprendizado para todos, vamos aproveitar as oportunidades de mudança.

A matéria de capa desta edição não poderia ter outra abordagem a não ser apresentar os protocolos necessários para a retomada das atividades com o plano bem detalhado elaborado pela Fiesp.

Na sessão Entrevista, Antonio Jorge Martins, coordenador do MBA em Gestão Estratégica de Empresas da Cadeia Automotiva da FGV (Fundação Getulio Vargas), destaca informações sobre o mercado de reposição, o comportamento e as consequências da pandemia.

Espero que todos estejam bem e com saúde!
Até breve!

ORI
CATÁLOGOS 2020
Já disponíveis no site
Estaremos na
AUTOPAR
FEIRA DE FORNECEDORES DA INDÚSTRIA AUTOMOTIVA
Ori Indústria de Auto Peças
Rua Rev. Izac Silvério, 365 - Ermelino Matarazzo | CEP 03810-030 - São Paulo - SP - Brasil
Tel: 55 11 2542 - 5110 - oriindustria@uol.com.br - vendas2@ori.com.br
Conheça nossos produtos:
www.ori.com.br

Índice

10 ENTREVISTA
Coordenador da FGV, Antonio Jorge Martins fala sobre as perspectivas para o setor após a pandemia de coronavírus

14 ECONOMIA
Pandemia de Covid-19 interrompe recuperação em diversos setores da economia

20 MATÉRIA DE CAPA
Autoridades geram recomendações ao retorno das atividades após o isolamento social

24 ARTIGO – IBAPE/SP
Manutenção veicular em tempos de pandemia

28 EVENTO - AMR
Auto Maintenance And Repair Fair Beijing reabrirá suas portas em 2021

30 ARTIGO – REDAÇÃO
Análises da Accenture traçam caminhos para empresas no cenário pós-Covid-19

34 EVENTO - AUTOMECHANIKA FRANKFURT
Nova data: 14 a 18 de setembro de 2021

36 ARTIGO – REDAÇÃO
Desafios impostos pela pandemia de Covid-19

38 ERIK PENNA
7 passos para turbinar as vendas por telefone

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

42 CULTURA
Livro traz artigos com conteúdo relevante para quem precisa ser um líder

46 IQA
IQA completa 25 anos de conquistas em qualidade automotiva

47 PESQUISA
Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista do Estado de São Paulo

48 FLASH

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

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 maio e junho de 2020.
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%

heyhelet's GO!
Mudamos a Autop pra dezembro
POR VOCÊ
A retomada dos negócios para 2021 começa na AUTOP
de 2 a 5 de DEZEMBRO de 2020
no Centro de Eventos do Ceará
AUTOP
autopceara.com.br
(85) 98891 5533
ssa-ce@autopceara.com.br
autop@ikone.com.br
Promoção e Realização:
SSA Sistema Sincopeças Assopeças Assomotos
Organização:
IKONE EVENTOS

O que esperar daqui em diante?

Em entrevista exclusiva à revista Mercado Automotivo*, Antonio Jorge Martins, coordenador do MBA em Gestão Estratégica de Empresas da Cadeia Automotiva da FGV (Fundação Getulio Vargas), discorreu sobre as perspectivas às indústrias e ao setor automotivo como um todo diante da pandemia de Covid-19 que afetou economias de todo o mundo.*

Ainda que seja extremamente difícil e inviável prever cenários logo após a crise, Martins destaca que é preciso separar os momentos para tecer análises. O ano de 2020, de fato, traz muitas incertezas e expectativas negativas. Mas, no ano seguinte, é possível esperar por melhores condições econômicas. Confira a seguir a entrevista:

Mercado Automotivo – Ainda que o impacto tenha sido generalizado em todo o mundo, é possível mensurar os efeitos da pandemia de Covid-19 no setor automotivo?

Antonio Jorge Martins – Realmente, o setor automotivo vem sendo um dos mais afetados. Trata-se de um setor que tem grande empregabilidade, de forma geral, e, portanto, acaba sendo impactado sobremaneira não apenas na fabricação (onde concentra a maior parte da mão de obra envolvida), como também na parte de distribuição. Até porque todos os segmentos de vendas, as lojas, ainda não estão funcionando regularmente. Isso impactou bastante o setor, tanto na ponta da fabricação quanto na ponta da venda efetivamente.

MA – É possível, de alguma forma, planejar os próximos meses de pós-pandemia para a distribuição?

AJM – É preciso separar os momentos, além de pontuar que, sempre que vemos muitas considerações distintas, é sinal de que as pessoas ainda não estão com a visão clara do que efetivamente tende a acontecer. E este ano corrente está se mostrando um período de maior escuridão dentro das perspectivas do setor. Nós não temos ainda uma perfeita noção de como vai ser a reação dos consumidores. Existe ainda uma nuvem muito forte, uma neblina muito forte, quanto às reações que deverão ser ocasionadas pelo público consumidor como um todo. Não apenas em relação às visitas às lojas, mas também perante as prioridades que deverão existir nesse "novo normal". Na prática, esse período pós-crise imediato tende a ter ainda uma indefinição muito grande.

Já para o ano que vem, visualizo uma expectativa de melhor desempenho. Historicamente, o setor caminha muito em conjunto com o PIB. E o PIB para 2021 da grande maioria das economias, inclusive do Brasil, registra expectativa de crescimento. Não estou querendo dizer que o mercado irá reagir no mesmo instante do PIB, mas, olhando-se estrategicamente o setor, espera-se um retorno a uma certa normalidade a partir do ano que vem, quando existe a expectativa de que o PIB volte a crescer. Em acontecendo esse crescimento do PIB do País, notoriamente olhando todo o histórico do setor automotivo dentro das economias e da economia brasileira, há de se esperar também um retorno a uma certa normalidade.

Resumindo: o período negro deve cessar até o final deste ano; o segundo semestre tende a iniciar um retorno a uma certa normalidade. A partir do ano que vem, quando existe uma tendência de recuperação de toda a economia, diria que o setor tende também a acompanhar essa expectativa e com isso deveremos ter alguma melhora em termos de vendas e de desempenho.

MA – Esse momento definido como "novo normal" deverá ser compreendido pelas empresas, certo? É preciso entender o que é esse novo normal e quais são as prioridades desse novo consumidor, correto?

> *"É preciso, de uma forma geral, conhecer o consumidor e aguardar inclusive para ver como serão as reações a essa crise, que afeta 80% dos países mundiais."*

AJM – Exatamente. Já se percebia anteriormente, por quem analisava o setor, que as próprias montadoras e lojas já estavam engajadas nesse movimento de conhecer melhor o consumidor. Ou seja, a crise nada mais fez do que acelerar essa necessidade. É preciso conhecer o consumidor e aguardar inclusive para ver como serão as reações a essa crise. Só para se ter uma ideia, essa crise atual afeta 80% dos países mundiais. A crise de 2008 afetou somente 40% dos países. Ou seja, a crise de hoje é de muito maior proporção em relação àquela de 2008, que ocorreu dentro do mercado norte-americano e acabou afetando vários outros países.

Veja, portanto, que essa crise é de uma importância muito grande, não apenas nas dimensões econômicas, mas também dos reflexos que deverão ocasionar na sociedade como um todo. E aí reside a grande dúvida de como realmente a economia tende a reagir. Que vai crescer, vai, agora, como isso ocorrerá nesse "novo normal"? Como será esse "novo normal"? Não há como garantir como será. É possível ter algumas expectativas, algumas sensibilidades que efetivamente possam nortear determinadas ações, mas uma convicção absoluta está muito difícil neste momento, com toda a franqueza.

MA – Inovação e tecnologia seguem como dois temas que aproximam as empresas do setor automotivo aos consumidores?

AJM – Com certeza, não há dúvidas. O setor caminha cada vez mais no mundo para inserir a tecnologia em seu bojo, em sua base. E quando falamos em tecnologia, é preciso ter evoluções, inovações, melhorias. No setor de mobilidade veicular, todas as montadoras estavam caminhando nessa direção. Inclusive, é preciso destacar que aquelas montadoras que podem caminhar mais rapidamente nessa direção, tendem a se beneficiar. Porque hoje a tecnologia cerca os anseios da sociedade como um todo, principalmente em tempos de crise. Então, as empresas que puderem efetivamente tirar

maior proveito desse sentimento, que hoje já está bem claro dentro da sociedade, tendem até mesmo a reverter eventualmente a crise que se abater sobre o setor. Falo isso em termos de montadoras, de setor de autopeças e até em termos das lojas, que cada vez mais terão de pensar em como será o modelo futuro de atuação dentro do setor.

MA – É possível ver, de fato, a pandemia como algo que irá acelerar mudanças? À parte, é claro, a crise de saúde que ela também trouxe.

AJM – Vai acelerar o movimento com foco em retorno de lucratividade e de geração de caixa. Vamos pegar um caso prático: a Apple. A cada ano, a empresa precisa se apresentar de uma forma e mostrar ao mundo que está evoluindo, que tem uma área de pesquisa e desenvolvimento atenta aos anseios do setor. Ela lança novos produtos que geram uma expectativa muito forte a ponto de consumidores se afastarem de seus países em favor de serem os primeiros a adquiri-los. Ou seja, os segmentos de tecnologia reagem de um jeito muito diferente de um setor que não tem a tecnologia, como era o setor de carro, de veículos, até então.

A mudança tem sido tão grande que, nesses 100 anos, somente agora muitas das montadoras se voltam para promover fusões, associações e alianças estratégicas operacionais. Por que isso não se deu antes, quando já havia muitas montadoras mundiais? Somente está acontecendo agora e é um sinal de que realmente estão mudando os tempos de forma significativa. Digo até mais, hoje, a necessidade de investimento é tão grande que eu tenho que investir para o momento atual, pois tenho um produto hoje e ao mesmo tempo tenho que pensar num produto futuro, que é o carro autônomo. Todas elas estão engajadas nesses dois pilares. É necessário caminhar em direção àquilo que realmente alcance os anseios dos consumidores, e hoje a tecnologia cerca esses anseios como um todo.

> *"A questão básica é que nós tenhamos esperança e expectativa de que as coisas vão passar. E todos estão trabalhando no sentido de que passe no menor espaço de tempo possível, com as menores consequências negativas possíveis."*

Não significa dizer que está tudo certo para quem inova. Mesmo hoje no Vale do Silício (EUA) temos muitas start ups que não dão certo, mas só ficamos sabendo das que têm êxito. Ou seja, teremos também dentro do setor de mobilidade veicular muitas coisas desenvolvidas que eventualmente não darão certo. Mas a pujança tem que ser muito forte. É preciso estar muito concentrado para ter uma visão futura dessa parte de inovação e desenvolvimento, e saber que eventualmente algo não dará certo. E é preciso gerar caixa para sustentar tudo isso. Não é fácil. É um setor que se movimenta de uma forma diferente de outros que estamos habituados a ver.

MA – Com sua expertise em Economia e também com base nas outras crises que já vivenciou, é possível dar algum conselho em relação ao cenário que se apresenta nesses próximos meses?

AJM – Aqueles setores que estão cada vez mais engajados em tecnologia são os setores que tendem a se fortalecer daqui para frente. O setor de mobilidade veicular tende a se beneficiar cada vez mais num futuro próximo. A questão básica é que nós tenhamos esperança e expectativa de que as coisas vão passar. E todos estão trabalhando no sentido de que passe no menor espaço de tempo possível, com as menores consequências negativas possíveis. Não é simplesmente passar por passar. O que hoje importa é passar com as menores consequências negativas possíveis e isso abrange tudo, não só o setor, mas a economia dos países como um todo. Tudo está caminhando para que a gente possa reverter esse quadro negativo que hoje se apresenta e que possamos usufruir de outros setores com vários benefícios. Entre os quais, destaco o setor de mobilidade, principalmente num momento em que o caminho para a tecnologia torna-se cada vez mais premente e indispensável em direção ao sucesso perante a sociedade.

autovale

Feira de Tecnologia Automotiva

Linhas Leve, Pesado, Duas Rodas e Acessórios

14

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

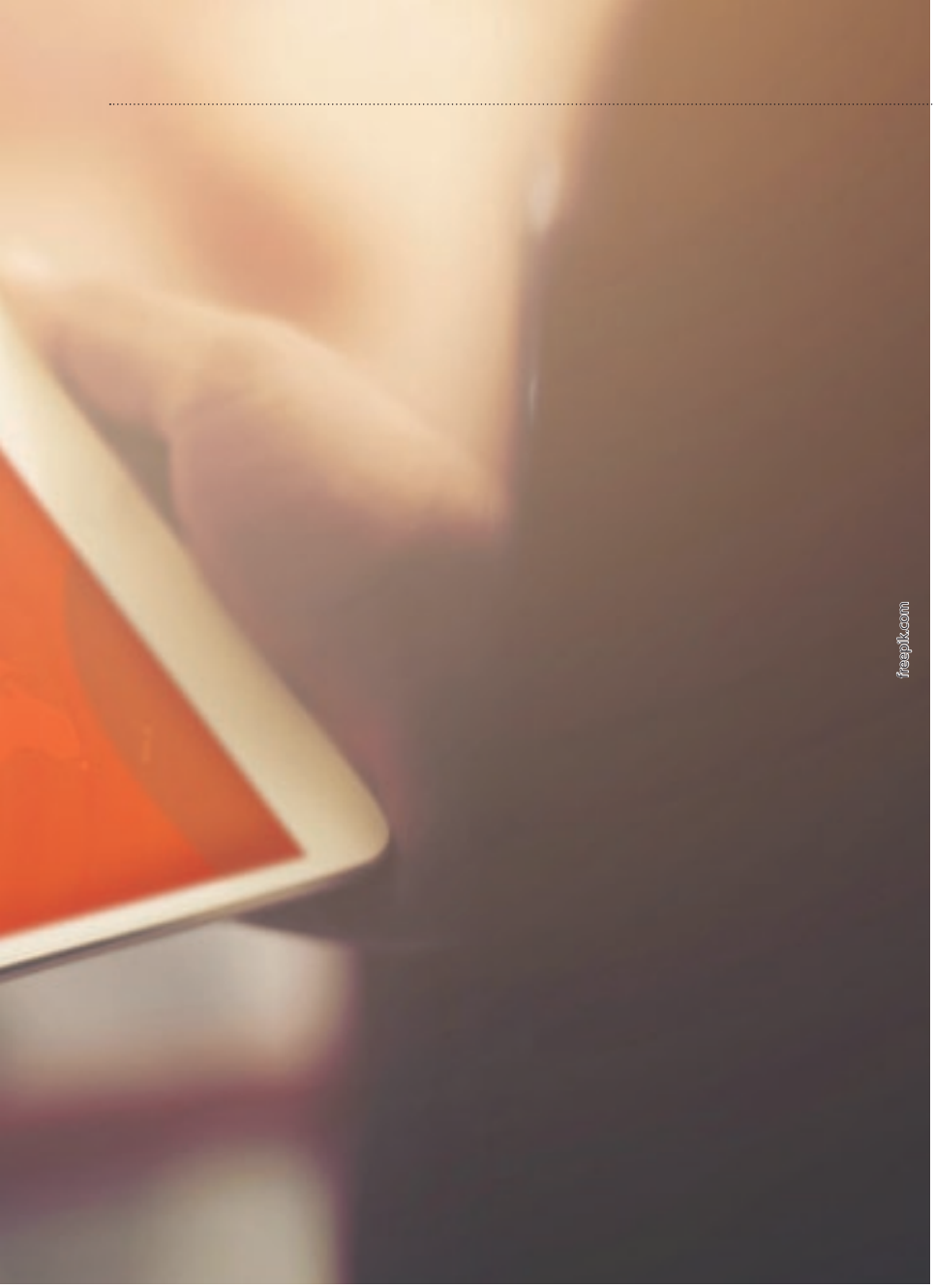
autovale@autovalefeira.com.br
www.autovalefeira.com.br

Balde de água fria

Pandemia de Covid-19 interrompe recuperação em diversos setores da economia

Quando a pandemia de Covid-19 passar – e ela irá passar – será a hora de contar os estragos. Por enquanto, todos estão apenas sobrevivendo. A sensação é generalizada. Seja entre os donos de pequenos negócios, seja entre aqueles que trabalham no setor privado. Nesse momento, é extremamente difícil contabilizar os prejuízos e até mesmo elaborar planos de recuperação.

Diferentemente de outras crises recentes, o aspecto emocional tem peso primordial no cenário que o Brasil e outros países enfrentam atualmente. Em primeiro lugar, pois a quarentena impõe uma sé-



rie de limitações às pessoas e consequentemente impacta a saúde emocional de todos que se veem forçados a ficar em casa, enfrentando um inimigo invisível.

Além disso, causa aflição a muitas pessoas o fato de que não temos uma data para retornar às atividades que antes entendíamos como normais. Ao olhar para o restante do mundo, vemos dificuldades em todos os locais, em gradações distintas, graças também à interligação das economias.

Os números também são incertos porque a crise afetou a maior parte dos países nos meses de março a maio, justamente no intervalo entre a divulgação do Produto Interno Bruto (PIB) do primeiro e do segundo trimestres do ano. Assim, os resultados dos primeiros três meses de 2020 ainda contemplam dois cenários: a recuperação que muitos setores já vivenciavam em janeiro e fevereiro, e o início da trajetória de queda devido à pandemia e ao isolamento em março.

E os números já chamam a atenção. O PIB do Brasil do período que compreende janeiro a março recuou 1,2% na comparação com o último trimestre de 2019. A queda interrompeu a trajetória de crescimento trimestral que teve início nos primeiros três meses de 2017. O dado faz parte do Monitor do PIB, divulgado pela Fundação Getulio Vargas (FGV).

Quando se leva em consideração, entretanto, apenas o mês de março, a queda é mais expressiva. Na comparação com fevereiro de 2020, o recuo do PIB é de 5,3%. Frente ao mês de março de 2019, a queda é de 1,1%.

"É inegável que o ano de 2020 será marcado pela forte desaceleração econômica em decorrência da pandemia de Covid-19; passamos do lento ritmo de crescimento observado nos três últimos anos à acelerada retração, que está apenas no início", avalia o coordenador do Monitor do PIB da FGV, Claudio Considera.

Conforme avançava a epidemia e consequentemente o período de isolamento nas maiores capitais brasileiras, o mercado financeiro revisava para baixo a estimativa de queda da economia nacional neste ano. Em maio, o mercado ultrapassou a marca de dez semanas seguidas de revisão negativa das expectativas, através do boletim Focus, publicação divulgada semanalmente pelo Banco Central

com a projeção para os principais indicadores econômicos.

A previsão de queda anual foi estimada em 5,12%. Enquanto isso, a previsão de crescimento do PIB para 2021 segue em 3,20% e para 2022 e 2023 continua em 2,50%. O cenário, entretanto, é completamente incerto, pois envolve a real retomada da atividade econômica, com expectativas distintas para cada setor.

As dificuldades do cenário atual são vistas também através de outros índices. Em abril, a arrecadação das receitas federais no Brasil registrou queda de 28,95% na comparação com o mesmo mês de 2019, e ficou em R$ 101,154 bilhões. Foi o menor valor para o mês de abril desde 2006.

freepik.com

As receitas administradas pela Receita Federal, como impostos e contribuições federais, chegaram a R$ 93,332 bilhões, resultando em queda real (descontada a inflação) de 28,79%. A Receita declarou que o resultado do mês e do acumulado do ano foi "bastante influenciado" por medidas de enfrentamento aos efeitos da pandemia de Covid-19.

De acordo com Claudemir Malaquias, chefe do Centro de Estudos Tributários e Aduaneiros da Receita, o crescimento das compensações tributárias no período (25% em abril e 46% no acumulado do ano) é resultado da necessidade de liquidez (recursos disponíveis) das empresas.

"As empresas perdem o faturamento, perdem liquidez e passam a lançar mão do seu direito creditório efetuando as compensações tributárias. Esses direitos foram adquiridos no passado, as empresas têm isso na sua contabilidade e podem utilizar no momento em que for oportuno. Com o advento das medidas de isolamento social, queda na atividade econômica e nos faturamentos, as empresas passaram a utilizar mais o recurso das compensações", explicou.

Um índice que ainda não reflete substancialmente as dificuldades atuais, no entanto, é o de endividamento das famílias. O dado é medido pela Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC).

De acordo com a CNC, o número de famílias com dívidas em cheque pré-datado, cartão de crédito, cheque especial, carnê de loja, empréstimo pessoal, prestação de carro e seguro ficou praticamente estável em maio na comparação com abril, passando de 66,5% para 66,6%. Em maio de 2019, o índice estava em 63,4%.

"Mesmo com as incertezas impostas pela pandemia, a inadimplência não mostra trajetória explosiva, pelo menos não ainda. Com medidas de auxílio à renda, como o coronavoucher, as famílias mostram alguma resiliência na quitação de seus compromissos financeiros", afirmou, em nota, a economista da CNC responsável pela pesquisa, Izis Ferreira.

Importante mencionar, no entanto, que o total de famílias que se declaram muito endividadas aumentou em maio e chegou a 16%. Trata-se do maior percentual desde setembro de 2011, quando o índice ficou em 16,3%.

"Apesar da pequena queda no mês, o endividamento das famílias está em proporção elevada, sendo importante também viabilizar prazos mais longos para os pagamentos das dívidas, como forma de evitar o crescimento da inadimplência nos meses à frente", disse o presidente da CNC, José Roberto Tadros, em nota.

*Com informações da Agência Brasil.

CURSOS E TREINAMENTOS 2020

ANDAP SICAP

EM BREVE NOVO CALENDÁRIO

Mais Informações:

Organização - Grupo Photon

WhatsApp: 11 9 4231-1496
WhatsApp: 11 9 4176-5011
E-mail: comercial@photon.com.br

grupo photon

ANDAP/SICAP: (11) 3266-7700

SEMINÁRIO DA
REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA
&
MERCADO AUTOMOTIVO
EXPO DAY

PATROCÍNIO PRATA 2019

ARTEB
Delphi Technologies
KOLBENSCHMIDT
NGK SPARK PLUGS
NTK OXYGEN SENSORS
Pellegrino
Conte com nossa gente.
PERFECT AUTOMOTIVE
ROLES 50
Sama Autopeças
Laguna Autopeças
LUK
INA
FAG
RUVILLE
TAKAO
SEGURANÇA EM MOTOR

PATROCÍNIO BRONZE 2019

AUTOMEC
BOSCH
DANA
DPK
FRASLE
FREMAX
FREUDENBERG-NOK
CORTECO
ZF

ESTANDES EXPO DAY 2019

FRAGA
npd
pagueVeloz
TecAlliance
TecDoc Inside

SAVE THE DATE

20 DE OUTUBRO DE 2020

FECOMERCIO-SP

(R. DR. PLÍNIO BARRETO, 285 - BELA VISTA)

QUER PARTICIPAR DO SEMINÁRIO & EXPO DAY 2020?

COMERCIAL

WhatsApp: 11 9 4231-1496 - WhatsApp: 11 9 4176-5011
comercial@photon.com.br

www.**seminarioautomotivo**.com.br

REALIZAÇÃO:

SINDIPEÇAS SICAP ANDAP sincopeças Sindirepa NACIONAL

ORGANIZAÇÃO:

grupo photon

Medidas essenciais à retomada

Orientações de autoridades da saúde procuram estabelecer diretrizes a diversos setores da economia para o período pós-isolamento

Após meses de isolamento obrigatório, diversos países pelo mundo passaram a suspender as limitações e anunciaram a retomada de determinadas atividades. No Brasil não será diferente, embora os prazos possam variar de lugar a lugar, a depender da gravidade da crise de saúde que acomete cada região do País.

Se não há certeza em relação ao prazo de retorno, as dúvidas quanto às práticas que devem ser adotadas na retomada são ainda mais expressivas. Para minimizar as questões e apontar as diversas possibilidades e dificuldades que aguardam as empresas no Brasil daqui em diante, a Fiesp (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo) elaborou na segunda quinzena de abril o Plano de Retomada da Atividade Econômica após a Quarentena. O extenso documento tem a intenção de apontar os caminhos possíveis após a suspensão da quarentena, inclusive com base no que outros países vêm fazendo nas últimas semanas.

De acordo com a Fiesp, o guia tem o objetivo de orientar e não de determinar o reinício das atividades. A ideia é que segmentos da sociedade estejam melhor estruturados para retomarem seus trabalhos quando

houver essa permissão, sempre preservando a saúde da população.

Para o desenvolvimento do documento houve a contribuição de alguns dos cerca de 40 membros do Conselho Superior Diálogos pelo Brasil, formado por empresários de diversos setores.

"Esse trabalho foi realizado em respeito à saúde dos cidadãos e busca alternativas de retomada das atividades. São as autoridades competentes que decidem sobre o momento da reabertura. O que estamos falando é que, quando voltarmos, temos que voltar com cuidado", afirmou, à época do lançamento, o presidente da Fiesp e do Ciesp (Centro das Indústrias do Estado de São Paulo), Paulo Skaf.

Para tornar as orientações mais objetivas e claras, a Fiesp apoiou-se nos critérios apontados pela Organização Mundial da Saúde (OMS) para os países que desejavam retomar suas atividades ao mesmo tempo em que mantinham a saúde da população como prioridade.

São seis os pilares estabelecidos pela organização para que a suspensão do isolamento tenha início:

1. A transmissão do vírus deve estar controlada;
2. O sistema nacional de saúde deve ter a capacidade de detectar, testar, isolar e tratar cada caso, e acompanhar a rede de contágios;
3. O risco de um surto deve ser minimizado, em especial em ambientes como instalações de saúde e asilos;
4. Medidas preventivas devem ser implementadas em locais de trabalho, escolas e outros locais onde a circulação de pessoas seja essencial;
5. O risco de "importação" do vírus deve estar sob controle;
6. A sociedade deve estar plenamente educada, engajada e empoderada para aderir às novas normas de convívio social.

Além dessas diretrizes, a OMS divulgou uma série de medidas que podem contribuir para manter o coronavírus afastado do ambiente de trabalho quando o isolamento social for suspenso.

O ambiente de trabalho deve ser higienizado e desinfetado com frequência, e isso inclui todas as superfícies, mesas, objetos, telefones e teclados. Para incentivar que os funcionários lavem as mãos regularmente, a OMS recomenda a adoção de pôsteres e avisos com a recomendação, bem como a promoção de workshops e treinamentos de segurança e prevenção.

É necessário também garantir que máscaras faciais ou lenços estejam disponíveis no ambiente de trabalho, e que sejam todos descartados corretamente em lixeiras fechadas. Deve-se ressaltar a todos os funcionários que observem sintomas como febre ou tosse e que permaneçam em casa se apresentarem um quadro como este, ainda que seja algo leve.

As recomendações da OMS e da Fiesp chamam a atenção também para hábitos e mudanças que derivam da pandemia. O isolamento forçou a adoção da comunicação via e-mail e da realização de reuniões virtualmente. Dessa forma, após a retomada das atividades, é preciso questionar, antes de reuniões ou eventos, se o encontro presencial é mesmo necessário. Ele pode ser diminuído? Todas as pessoas convidadas são realmente necessárias? São questões que naturalmente deverão ser abordadas daqui para frente e que devem, inclusive, otimizar a dinâmica de trabalho.

Com o retorno das atividades, será necessário atentar-se também às medidas de prevenção em casos de viagem. A OMS recomenda que sejam verificadas as informações mais atuais sobre o estágio da pandemia no local da viagem

para que, a partir disso, sejam calculados seus riscos e benefícios. Deve-se evitar que funcionários em condições de risco façam as viagens, e, caso algum colaborador retorne de uma zona onde a pandemia ainda esteja se expandindo, é necessário monitorar seus eventuais sintomas por pelo menos 14 dias. Outras orientações referem-se a cenários de contaminação ou de iminente contaminação de algum dos funcionários:

- Isolar a pessoa infectada dos outros colegas de trabalho em uma sala;
- Identificar as pessoas infectadas sem estigmatizá-las ou causar discriminação;
- Promover o home office na organização, sempre que possível;
- Ter um plano que mantenha o negócio funcionando, mesmo que uma parte considerável dos funcionários não possa trabalhar. Dar amplo conhecimento desse plano;
- Garantir que esse plano também cuide da saúde mental dos funcionários e dos impactos sociais que a pandemia pode causar;
- Para as pequenas e médias empresas, desenvolver parcerias com provedores locais e clientes;
- As autoridades nacionais e locais podem ajudá-lo.

Quanto ao cenário brasileiro, a Fiesp recomenda que o período final da quarentena seja utilizado para terminar de organizar dados e planos, e também que a população de maior risco seja identificada e o sistema de saúde seja reforçado. Os casos de Covid-19 não desaparecerão por completo de forma imediata, mas a retomada das atividades só ocorrerá quando os sistemas de saúde público e privado estiverem prontos para lidar com o vírus sem o risco de colapsar.

Nesse sentido, o plano da Fiesp inclui o início, o mais breve possível, do distanciamento social seletivo. Grupos de risco e infectados permaneceriam em quarentena domiciliar e o uso generalizado de máscaras em ambientes públicos seria fomentado. A ideia é iniciar o processo de reabertura gradual das atividades segundo o grau de essencialidade, de maneira que todos os segmentos sejam abrangidos em 45 dias a partir do início da medida. Além disso, deve-se incentivar que os estabelecimentos funcionem com horários alternados para diminuir a concentração do fluxo de pessoas no transporte coletivo.

Mesmo num cenário como o descrito, a Fiesp sabe que as pessoas, diariamente, ao retornarem a seus domicílios, correm o risco de transmitir o vírus a familiares dos grupos de risco que seguem isolados em quarentena. Por isso, é extremamente importante que as pessoas não reduzam as medidas individuais já adotadas atualmente para conter o vírus.

Tanto a Fiesp quanto a OMS recomendam que todos tomem banho imediatamente ao chegar do trabalho. É preciso também tirar os sapatos fora de casa e higienizá-los imediatamente. Celulares e óculos também devem ser higienizados, assim como embalagens que tenham sido trazidas de fora.

São ações rígidas, mas que evitam a disseminação do vírus e que tornam-se ainda mais relevantes quando a casa é coabitada com algum familiar ou amigo que pertence a algum grupo de risco. No ambiente doméstico, é preciso ampliar a frequência em que toalhas, lençóis e roupas são lavadas.

Manter os ambientes ventilados é essencial. Justamente por essa razão, não se imagina um retorno completo de empresas que trabalham em escritórios fechados, sem circulação de ar natural, a não ser através do ar-condicionado. Muitas companhias e escritórios cogitam um retorno escalonado, em esquema de rodízio, de modo que a distância física entre os colaboradores seja respeitada.

Quem lida com atendimento ao público – grande realidade de parte do setor automotivo – deve manter uma rotina de higiene com procedimentos rígidos e eficazes. O descuido com determinadas ações de higiene e limpeza neste tipo de estabelecimento pode resultar na transmissão do vírus para uma grande quantidade de pessoas.

Mesmo após a retomada, as entidades seguem com a recomendação de uso de máscaras. O uso de objetos comuns não deve ser incentivado, de modo a preservar a saúde dos próprios colaboradores.

Na distribuição, um dos pontos mais importante é garantir a higiene dos locais de saída e de chegada. Os procedimentos de higiene devem ser reforçados e seguidos à risca para garantir que os produtos estejam

aptos ao contato com o consumidor final ou o revendedor. Outras ações recomendadas pela OMS e Fiesp:

- Realizar treinamento com os funcionários para revisar os novos requisitos e diretrizes no primeiro dia de retorno ao trabalho e periodicamente para reforçar;
- Implementar medidas de comunicação em pontos estratégicos no ambiente de trabalho;
- Utilizar o Termômetro Digital Infravermelho de Testa para aferir a temperatura dos colaboradores na chegada ao ambiente de trabalho;
- Manter uma distância mínima segura entre as pessoas e, onde não for possível, utilizar barreira física ou protetor mais potente;
- Alternar dias de comparecimento entre os funcionários nas equipes;
- Considerar jornadas de trabalho menores nos primeiros meses;
- Modificar o layout das salas de descanso e lanchonetes para atender às necessidades sociais de distanciamento – por exemplo, através da redução do número de mesas ou cadeiras e de barreiras físicas quando possível;
- Modificar qualquer serviço de café/cantina/sala de almoço para eliminar pontos de maior aglomeração de pessoas;
- Colocar sinal indicativo de número máximo de pessoas permitido para garantir o distanciamento social nos ambientes;
- Em um primeiro momento, fechar todas as salas de ginástica e os espaços de convivência, se houver;
- Escalonar os horários e intervalos de início e término do turno. A expansão de operações de 5 dias para um período de 7 dias é outra possibilidade;
- Para forças de trabalho maiores, se possível, estabelecer zonas para separação dos funcionários em grupos de trabalho isolados;
- Rever a lotação de elevadores em prédios comerciais de forma a garantir o distanciamento;
- Aumento das estações de lavagem e da disponibilização de álcool em gel para as mãos;
- Instalação de estações de lavagem das mãos fora do edifício, ou dispensador de álcool em gel, orientando a todos que utilizem antes de entrar no prédio.

Ao setor lojista, as entidades trazem outras recomendações específicas:

- Limitação de acesso às lojas, com controle do número de entradas;
- Disponibilização de pontos com dispensadores de álcool em gel;
- Utilização de canais on-line para continuar atendendo clientes que ainda tenham movimentação restringida;
- Se possível, isolar áreas dos estabelecimentos para facilitar o controle da operação e reduzir custos;
- Disponibilizar produtos e tecnologias para a higienização e desinfecção dos sapatos na entrada dos estabelecimentos;
- Evitar atividades promocionais que possam causar aglomerações;
- Vetar o uso de sacolas reutilizáveis;
- Implantação, quando possível, de corredores de uma via só para coordenar o fluxo de clientes nas lojas;
- Evitar aglomeração nos caixas e sinalizar o distanciamento necessário;
- Não oferecer serviços e amenidades adicionais que retardem a saída do consumidor do estabelecimento, como oferecer café, poltronas para espera, áreas infantis etc.;
- Dispor de comunicados que instruam os compradores e funcionários sobre as normas de proteção que estão em vigência no estabelecimento.

Medidas que certamente demandam muita atenção e esforço de todos os envolvidos na retomada das atividades na economia brasileira.

Manutenção veicular em tempos de pandemia

Obviamente por um motivo que não queríamos, nos vemos neste momento presos dentro de nossas residências e nosso local de trabalho. Nossos veículos estão rodando muito menos do que normalmente faziam e isso preocupa.

Veículos parados, ao contrário do que muitos pensam, são passíveis de problemas que podem se apresentar assim que voltem a rodar normalmente. O primeiro e talvez o mais importante é que o combustível que está no tanque tem vida útil e ao longo do tempo degrada-se e pode provocar danos ao motor. Desta forma, é conveniente que se utilize o combustível que está no tanque sem reposição se não for utilizar o veículo ou for rodar pouco e que o abastecimento aconteça de forma gradual.

Outro ponto importante é a bateria. Mesmo sem utilização, os veículos modernos têm elementos elétricos e eletrônicos que ficam consumindo energia da bateria, ainda que o veículo esteja desligado, o que faz com que a carga da bateria diminua progressivamente. Por isso é recomendado rodar com o veículo pelo menos por alguns quilômetros para

manter a carga em níveis aceitáveis. É conveniente, ainda, falar que alguns equipamentos eletrônicos têm funcionamento irregular quando a carga da bateria está baixa e podem apontar defeitos que não existem, sendo apenas uma deficiência da energia vital da bateria.

Outros componentes que sofrem com a parada do veículo por tempo prolongado são os pneus, que, pela perda de pressão, podem ficar achatados e, dependendo da situação, nunca mais voltar ao normal. Neste caso é recomendado que se rode com o veículo, mesmo que por poucos quilômetros, e que se observe a perfeita calibração de acordo com o recomendado pelo fabricante. É importante salientar, também, que a calibração dos pneus deve ser efetuada sempre com os pneus frios, sendo que o veículo poderá rodar até três quilômetros para este serviço. Após esta quilometragem, não se deve efetuar a verificação da pressão.

Ainda sobre a pressão correta, esqueça aquela informação normal nos postos de combustível, "põe 30 libras nos quatro pneus?" Normalmente a pressão não é igual para todos os pneus. Lembre-se também de calibrar o estepe, quando existir, e a pressão do sobressalente deve ser a maior recomendada entre os quatro pneus. No limite, quando o veículo ficar muito tempo parado, é conveniente que se utilizem cavaletes para levantá-lo e evitar deformações.

De maneira geral, a limpeza do veículo como um todo deve ser realizada periodicamente. Pó, fezes de pássaros e outras sujidades podem impregnar na pintura com difícil remoção. Outra dica é que o veículo encerado é mais fácil de se manter sem pó.

O período também é propício para manter as revisões em dia, já que as concessionárias autorizadas estão abertas, em sua maioria. Isso também pode ser feito em uma oficina de confiança.

Por último, é conveniente lembrar que a troca do óleo nos períodos recomendados é essencial para o prolongamento da vida do motor do veículo. Note que a troca deve ser efetuada na quilometragem recomendada ou no tempo recomendado. Normalmente 10.000 km ou um ano, o que primeiro ocorrer.

O óleo do motor, assim como o combustível, tem vida útil, perdendo suas características principais, ou seja, de lubrificar e reduzir a temperatura interna do motor. Lembre-se que as características do óleo devem ser aquelas que constam no manual do proprietário e que a alteração provocará danos irreversíveis internamente. Óleo sintético só é bom para motores para os quais sejam especificados.

Então, já que agora temos tempo, vamos aproveitar para cuidar do nosso companheiro inseparável, nosso veículo. Com certeza, cuidar da sua manutenção, além de deixá-lo em dia e bonito, será uma forma de aproveitar bem este tempo de crise que logo acabará.

Hélio da Fonseca Cardoso é membro do Instituto Brasileiro de Avaliações e Perícias de Engenharia de São Paulo – Ibape/SP.

TRABALHANDO POR VOCÊ.

O país conta com as distribuidoras para manter as frotas ativas. A Roles e RPR seguem distribuindo as peças de manutenção aos varejos que irão abastecer oficinas e autos serviços no Brasil inteiro. Estamos focados nessa missão, **garantindo que as nossas filiais Roles e RPR estejam abertas.**

Por ser um serviço essencial, continuaremos atendendo das 8h às 18h. Nossas filiais seguem rigorosos padrões de higienização e todas as recomendações dos órgãos de saúde competentes. Temos certeza que tudo vai passar. Até lá, **seguiremos trabalhando por você.**

Compre online: carcentral.com.br/compre-online

Nossas filiais:

Nordeste
João Pessoa/PB: (83) 3533-0660 | Recife/PE: (81) 2123-6060 | Salvador/BA: (71) 3507-6060

Centro-oeste
Campo Grande/MS: (67) 2106-6060 | Cuiabá/MT: (65)2123-6160 | Goiânia/GO: (62) 4008-6060

Sul
Curitiba/PR (41) 2103-6060 | Florianópolis/SC: (48) 2107-6060
Maringá/PR: (44) 2101-6060 | Porto Alegre/RS: (51) 2139-6060

Sudeste:
Bauru/SP: (14) 2106-6060 | Belo Horizonte/MG: (31) 2126-6080 | Campinas/SP: (19) 2101-6060
Minas Gerais - Sul: (31) 2126-6060 | Rio de Janeiro - Capital/RJ: (21) 2103-6060
Rio de Janeiro - Norte/RJ: (21) 2103-6080 | Santos/SP: (13) 3469-2011
São José do Rio Preto/SP: (17) 2136-6060 | São Paulo/SP: (11) 2168-6060

CAR CENTRAL ROLES RPR

A AMR – AUTO MAINTENANCE AND REPAIR FAIR – BEIJING REABRIRÁ SUAS PORTAS EM 2021

Uma boa notícia para aqueles que aguardavam com ansiedade a retomada dos seus negócios automotivos!

A edição da Auto Maintenance and Repair Expo (AMR), originalmente prevista para março de 2020, que, como todos já sabem, precisou ser adiada para atender as diretrizes do governo de Pequim para conter a propagação da Covid-19, já tem nova data para acontecer.

Após um período de extenso planejamento e consultas, os organizadores confirmaram que a feira será realizada no ano que vem, no período de 24 a 27 de abril, no Novo Centro Internacional de Exposições da China (NCIEC).

Como em Pequim diversas medidas de controle de vírus ainda continua em vigor no momento, os organizadores avaliaram junto com os colegas da indústria e concluíram que a melhor data para a realização da AMR seria na primavera chinesa de 2021.

Referindo-se às novas datas dos shows, Fiona Chiew, diretora Administrativa da Messe Frankfurt Traders-Link (Pequim), disse: "Com mais de 30 anos de forte presença no mercado de reposição automotiva da China, a AMR agora é um ponto de encontro anual para empresas locais e players internacionais da indústria. Após discussões abrangentes com expositores, visitantes, delegações de compradores e organizações de apoio nos últimos meses, chegamos à conclusão de que realizar a mostra em abril de 2021 será a melhor ação, tanto em termos de negócios quanto de segurança".

Continuando a oferecer aos participantes do setor oportunidades de intercâmbio de negócios e networking ao longo de 2020, os organizadores realizarão diversas atividades do setor nos próximos meses. Os detalhes serão divulgados oportunamente.

A AMR é co-organizada pela Messe Frankfurt Traders-Link (Pequim) Co Ltd, pela Associação da Indústria de Equipamentos de Manutenção Automotiva da China (CAMEIA) e pela Associação de Manutenção e Reparo Automotivo da China (CAMRA). A feira também é um dos 50 eventos globais do setor de Mobilidade e Logística da Messe Frankfurt.

Para mais informações, consulte www.amr-china.cn para atualizações sobre a feira e os eventos do setor.

Como parceiro de longa data, nós da **Revista Mercado Automotivo** estaremos presentes, fazendo a cobertura e ajudando os brasileiros a aproveitar da melhor maneira a sua visita à China.

AUTO MAINTENANCE & REPAIR

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

Pre-register now

NOVA DATA
24 a 27 de abril de 2021

120,000 Exhibition space (sqm)

1,300 Exhibitors

59,102 Visits (2019)

66 Visiting countries and regions (2019)

Exclusive VIP services for pre-registered visitors

- *Two-night accommodation with shuttle bus to the fairground*
- *Entry to AMR Lounge*
- *An electronic version of the show catalogue*
- *Visa invitation letter*

Contact
Messe Frankfurt Traders-Link (Beijing) Co Ltd
Tel: +86 10 8472 2712 / 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

Análises da Accenture traçam caminhos para empresas no cenário pós-Covid-19

Consultoria vê mudança de paradigmas em experiência do usuário, operações, comércio, consumo, cadeia de suprimentos, liderança e ambiente de trabalho

O impacto total da Covid-19 na economia ainda está sendo descoberto. Enquanto as organizações lutam para atender às necessidades imediatas e emergenciais, a pandemia ativou uma nova onda de inovação comercial. Novos hábitos e comportamentos estão se formando e provavelmente permanecerão após a crise – e isso apresenta oportunidades de reposicionamento para as empresas.

Com base neste novo cenário, estudos recentes realizados pelos especialistas da Accenture trazem perspectivas de mudanças de paradigma em diferentes aspectos do mercado.

IMPACTO NAS PESSOAS

A Accenture vê cinco importantes implicações humanas a serem esperadas do comportamento das pessoas com o impacto do coronavírus, com reflexos profundos na experiência de interação com marcas e organizações:

1. O custo da confiança – a confiança é um critério mais importante que nunca. O foco para as empresas está na construção da confiança em todos os canais.

2. O século virtual – fazer virtualmente tudo o que puder. Já têm vantagem as empresas que testarem e explorarem todas as possibilidades criativas do formato virtual.

3. Toda empresa é uma empresa de saúde – uma nova economia com foco na saúde surgirá, com novas oportunidades para as empresas.

4. Encasulamento – a experiência do autoisolamento representa a retirada das pessoas para um espaço seguro e significa um retorno em massa ao lar como centro da vida e das experiências.

5. A reinvenção da autoridade – se os governos em geral tiverem sucesso no tratamento da crise, podemos esperar que o controle governamental ganhe maior aceitação; caso contrário, devemos esperar o oposto.

IMPACTO NAS OPERAÇÕES: COMO EXECUTAR SERVIÇOS EFICAZES DURANTE A CRISE

A Accenture recomenda algumas ações para ajudar as organizações a tornar seus serviços globais mais resistentes aos desafios de hoje e de amanhã:

PREVENIR: Ações imediatas

As empresas devem adotar medidas imediatas para garantir a segurança e o bem-estar dos funcionários.

Priorizar as ações que colocam a equipe em primeiro lugar e explorar os recursos que os serviços de negócios globais oferecem.

PREPARAR: Ações de médio prazo

Identificar processos prioritários e estabelecer um centro de comando para gerenciar uma força de trabalho virtual. Tomar medidas para atender às necessidades de seus principais interessados.

PREVER: Ações de longo prazo

Ter proatividade e estabelecer um plano direcionado aos clientes que seja sustentável. Priorizar ações que o ajudem a evitar o impacto da volatilidade.

IMPACTO NO COMÉRCIO: PRIORIZANDO O COMÉRCIO DIGITAL

Neste novo cenário, as organizações têm a oportunidade de dobrar o comércio digital, expandindo as ofertas existentes e criando novas linhas de serviço. Por exemplo, os varejistas estão se mobilizando para oferecer rapidamente serviços de entrega "sem contato" e serviços de coleta drive-thru para os consumidores.

As empresas podem começar abordando três questões técnicas, considerando a geografia, a indústria, o tamanho e a maturidade de comércio digital de seus negócios: (i) Como tranquilizar meus clientes e funcionários durante esse período de incerteza? (ii) Como estabilizar operações digitais com transações sem contato e ter capacidade de lidar com o aumento da demanda? (iii) Como reconfigurar meus produtos, serviços e mercados e estabelecer novas parcerias e ecossistemas para reter clientes novos e existentes?

IMPACTO NOS CLIENTES: MANTENDO O ATENDIMENTO RESPONSIVO

O impacto do surto de coronavírus exige que as marcas se movam a uma velocidade sem precedentes para atender seus clientes com qualidade e cuidar de seus funcionários com empatia. Isso significa reavaliar como as centrais de relacionamento são utilizadas, como os funcionários fornecem experiências relevantes aos clientes, onde trabalham e como os canais digitais podem ser usados para apoiar o aumento no volume da central de atendimento.

As empresas que conseguirem inovar nas formas de trabalho ajudarão a reduzir a perda potencial de receita, criar novos níveis de confiança com suas equipes e posicionar seus negócios para um crescimento renovado quando a pandemia se amenizar.

IMPACTO NA CADEIA DE SUPRIMENTOS: A NECESSIDADE DE RESILIÊNCIA

A cadeia de suprimentos é essencial para obter bens e serviços de maneira rápida, segura e protegida. As empresas devem considerar a execução de um plano tático de curto prazo de até quatro semanas, com um ciclo contínuo de detecção, análise, configuração, resposta e operação de riscos ajudará a otimizar os resultados e mitigar os riscos.

IMPACTO NA LIDERANÇA: A NECESSIDADE DE CRIAR RESILIÊNCIA HUMANA

O maior impacto imediato do surto de Covid-19 está nas pessoas. Portanto, as organizações estão se concentrando em sua principal responsabilidade: cuidar de seu pessoal e gerenciar rapidamente a mudança para novos padrões de trabalho. Nesse momento crítico, é necessário manter a confiança de seu pessoal. A análise da Accenture mostra que, mesmo nos melhores momentos, a confiança e o envolvimento das pessoas no trabalho está relacionada às três necessidades humanas: física, mental e relacional.

IMPACTO NO LOCAL DE TRABALHO: CRIANDO UM LOCAL DE TRABALHO DIGITAL ELÁSTICO

Um dos impactos imediatos da Covid-19 é a necessidade de gerenciar uma mudança imediata para o trabalho remoto. Esse desafio pode ser enfrentado com a criação de um local de trabalho digital elástico.

TÁ NA HORA DE DAR UM UP NOS SEUS BRINDES

CONHEÇA O MAIS NOVO MUNDO DOS BRAND!

+ DE 1000 PRODUTOS
PARA A SUA EMPRESA

brand brindes

11 2600-1022

brandbrindes.com.br

comercial@brandbrindes.com.br

Automechanika Frankfurt será realizada de 14 a 18 de setembro de 2021

Devido a condições difíceis resultantes da pandemia de Covid-19 e medidas tomadas para conter sua disseminação, incluindo proibições de eventos e restrições de viagens que são regularmente estendidas, a Messe Frankfurt e seus clientes, parceiros e associações de suporte concordaram em adiar o evento Automechanika Frankfurt, originalmente programado para ocorrer de 8 a 12 de setembro de 2020.

A Automechanika Frankfurt, reunião internacional da indústria para o mercado de reposição automotiva, será realizada de 14 a 18 de setembro de 2021, em resposta a medidas locais e globais implementadas para impedir a disseminação da Covid-19. Simplesmente não teria sido possível para muitos expositores e visitantes de mais de 180 países participar do evento nas condições vigentes ou esperadas naquele momento.

A Automechanika Frankfurt manterá sua realização bienal, porém, passando, a partir da próxima edição, a ser realizada em anos ímpares.

Detlef Braun, membro do Conselho Executivo da Messe Frankfurt, explica: "Nossa principal prioridade é garantir a saúde e a segurança de todos – expositores e visitantes – que participam do evento. Com as ondas da pandemia se movendo ao redor do globo e muitos países não esperando que o pico atinja o verão, estou certo de que a decisão de adiar a Automechanika até setembro de 2021 é a correta. Nas últimas duas semanas, em particular, estivemos envolvidos em intensas discussões com nossos clientes, parceiros e associações de suporte, e eles nos enviaram um sinal claro. Ao realizar o evento em 2021, estamos respondendo aos desejos de nossos clientes ".

automechanika
FRANKFURT

New date!
Automechanika Frankfurt:
14–18 September 2021

It's now more important than ever to keep in touch! Together with our partners and leading media, we are currently planning an online series of events for automotive professionals in the autumn. We look forward to seeing you again in person in 2021. Keep up with the latest news at **automechanika-frankfurt.com**

messe frankfurt

Pandemia de Covid-19 e os desafios impostos a todos

Não retornaremos à vida de antes, mas o "novo normal" promoverá uma série de possibilidades

Quando cidadãos de todo o mundo entenderam que a pandemia de Covid-19 seria mais grave do que o esperado, a consternação geral voltou-se a entender quando a vida de todos voltaria ao "normal". Passadas algumas semanas, análises e pesquisas nos chamaram a atenção para um fato temeroso: aquilo que chamávamos de "normal" não voltaria mais, e teríamos que nos acostumar com o que filósofos e pensadores chamaram de "novo normal".

Chamo a previsão de "fato", pois entendo que ela independe de opiniões, espectro político e/ou orientação ideológica. Não importa o que façamos, a realidade do pós-pandemia irá nos impor um cenário completamente novo. No Brasil e no mundo.

Não se trata de "prever" o que deve acontecer logo após a suspensão da quarentena nas maiores capitais brasileiras – até porque as medidas deverão variar de estado para estado. A expectativa é que o ano de 2021 nos traga uma série de desafios de adaptação, já que 2020, no cenário mais otimista, deverá registrar retornos escalonados, com rodízios entre trabalhadores, por exemplo. Além disso, é possível dizer que o segundo semestre deste ano será fundamental para que diversos ramos da indústria e do comércio possam entender os reais impactos da pandemia, relacionados ao fechamento de empresas, redução de força de trabalho e readequação de investimentos, gastos e receitas.

Quando "a poeira assentar" será a vez de estruturar o "novo normal", baseado nas possibilidades e dificuldades que já estarão sacramentadas. Diante das incertezas, muitos buscam traçar paralelos entre a crise atual e a de 2008. A comparação, entretanto, não é eficaz. A crise de 2008 imediatamente provocou a quebra de empresas e bancos, principalmente nos Estados Unidos, e os resultados espalharam-se ao redor do mundo em velocidades e gradações distintas.

Quando chegou ao Brasil, a crise gerou problemas, obviamente, mas não gerou de forma imediata o fechamento de empresas e o aumento do desemprego.

Tais questões apareceram nos anos seguintes, influenciadas e amplificadas por diversos motivos.

Desta vez, os efeitos não são frutos "apenas da globalização". A crise é global e local, concomitantemente. Ainda que tenha sido registrada pela primeira vez na China, o coronavírus deixou um raio de destruição por onde passou. Destruição na saúde da população e também nas economias. Itália, Espanha, Inglaterra, Estados Unidos, Brasil. Diversos são os países que tiveram que adotar regras rígidas de isolamento para evitar o colapso de seus sistemas de saúde.

Fechamento de empresas, aumento de desemprego e paralisação de diversos setores. São todos efeitos que já ocorrem. Não são consequências esperadas apenas para os próximos meses. A situação pode até piorar, mas não será uma surpresa, e sim um desenrolar natural da situação de cada país.

Além disso, a crise de 2008 ocorreu num momento em que as famílias já estavam endividadas. Desta vez, entretanto, o ano de 2020 representava a diversos países e setores produtivos um recomeço, uma retomada após muitos anos de retração. Não que isso facilite de alguma forma a crise financeira enfrentada por bilhões de cidadãos em todo o mundo, mas ao menos permite que seja vista uma luz ao final do túnel.

Para isso, a adaptação será necessária. Pós-pandemia, será necessário entender novamente o que move os consumidores em diversos mercados. O que antes era visto como item de primeira necessidade poderá ser qualificado como supérfluo. E vice-versa. A estrutura que até então era vista como indispensável será naturalmente repensada. As dinâmicas que eram entendidas como normais, serão também questionadas.

O home office é uma tendência que, naturalmente, ganhou força durante a quarentena, mas ela não resolve os problemas de todos os setores. Diversas são as atividades que não podem ser desempenhadas de casa, que requerem a estrutura oferecida pelo empregador. Quantos foram os funcionários demitidos no decorrer da crise? Quando as rodas voltarem a girar, diversos deles terão de ser readmitidos, graças à expertise e dinâmica de trabalho que adquiriram ao longo dos anos de trabalho. Em médio prazo, esse cenário poderá provocar uma importante reflexão nos empregadores, relacionados à valorização do trabalho desempenhado. Será mais "fácil" compreender o que é ou não necessário para o correto andamento dos negócios.

A quebra de diversas empresas, de variados tamanhos e setores, será inevitável. Ao mesmo tempo em que isso é péssimo, o cenário forçará aqueles que desejam permanecer no mercado a reinventarem-se. A apostarem em tecnologia e processos de inovação e otimização de gestão e produção.

O empreendedorismo, que até o ano passado era visto como um dos principais responsáveis por gerar receita para boa parte da população ocupada, não será uma alternativa tão simples. Falta verba – e sobram medos – para os brasileiros que empreendem por necessidade e não por opção/vocação. Sem crédito facilitado, serão muitos os brasileiros que não terão condições sequer de abrir um pequeno negócio.

Novamente, o cenário poderá gerar outras possibilidades. Sem condições de atuarem por conta própria, é de se esperar que muitos brasileiros optem por integrar seus trabalhos para oferecer uma única solução aos consumidores, em especial com o uso da internet e a exploração dos mercados em regiões mais próximas e conhecidas. Isso reduz os custos e permite um ganho que, ainda que seja menor, terá uma base mais segura.

Os desafios serão imensos, mas não há outra opção a não ser lutar. Com saúde, segurança e respeitando os hábitos de higiene, conseguiremos nos recuperar. Não em busca de um retorno àquilo que vivíamos antes. E sim em direção a um cenário que comporte melhor nossas demandas, angústias e ambições.

Thassio Borges é bacharel em Direito e jornalista especializado em Relações Internacionais.

Erik Penna

7 passos para turbinar as vendas por telefone

A venda por telefone é usual e existe há muito tempo. Em momentos de turbulência econômica, essa atividade é vista pelos profissionais como uma grande alternativa para atingir novos clientes e aumentar as vendas com baixíssimo custo.

Seguem abaixo 7 dicas importantes e práticas, que têm como objetivo auxiliar o vendedor a turbinar suas vendas por telefone:

1) SAUDAÇÃO MARCANTE

É fundamental se identificar e fazer uma saudação entusiasmada, como, por exemplo, dar um bom dia expressivo e simpático, afinal, apresentar-se de forma motivada é um bom cartão de visita. Se o vendedor telefonar para o celular de um cliente, é desejável que ele diga se identifique e pergunte se o cliente pode falar um minuto. Lembre-se, ainda, da técnica do es-

pelhamento: se o cliente fala pausadamente e num tom baixo, provavelmente gostará que você fale dessa maneira com ele.

2) PODER DE SÍNTESE

Os seis segundos de ouro. O profissional de televendas tem poucos segundos para ganhar a atenção do cliente, portanto, logo após ter se apresentado deve falar o motivo da sua ligação, causando interesse em quem o escuta para que a conversa se prolongue. Já ouviu falar na "técnica do elevador"? É assim: saiba vender sua ideia no tempo em que um elevador leva para sair de um andar e chegar ao outro.

3) BUSQUE INTERAÇÃO

É um erro corriqueiro alguns vendedores ligarem e, ao serem atendidos, começarem a falar sem parar, pensando que o cliente tem todo o tempo do mundo. Uma boa dica é utilizar frases curtas e fazer perguntas que o levem a participar da conversa.

4) ESCUTATÓRIA

Há vários cursos de oratória, inclusive, alguns muito bons e que realmente ensinam as pessoas a se comunicarem efetivamente. Mas quantos cursos de escutatória você já participou? Ou seja, as pessoas são treinadas para falar, mas não para escutar. Na venda por telefone isso é mais importante ainda: saber ouvir, prestando atenção no que o cliente diz, para depois oferecer a venda.

5) PERGUNTA DE OURO

Já atendi telefonemas de vendedores querendo me vender sem saber o que eu realmente preciso. Elabore sua pergunta de ouro, pois com ela, o cliente lhe dará as informações que você precisa para convencê-lo.

Imagine que um vendedor de software liga para um possível cliente e, antes de oferecer o produto, pergunta: "Qual é o problema que você enfrenta com seu atual software"? A partir daí, sua solução fica bem mais interessante para o cliente.

6) SCRIPT

Trate a venda por telefone como um show teatral que, para ocorrer, é necessário haver muita repetição e treino até para possíveis improvisos. No telemarketing deve ser assim também. Faça anotações do tipo: eu pergunto "X", o cliente responde 1; o que eu falo se ele responder 2?; o que eu falo se ele responder 3?. E assim por diante. Imagine as possíveis respostas, assim, terá caminhos para boa parte das objeções e o fechamento da venda ficará mais fácil.

7) TÉCNICA DA FRAÇÃO

Se o intuito da ligação é agendar uma visita, a técnica da hora fracionada ajuda muito. Por exemplo, se você tenta marcar uma reunião às 11 horas da manhã, pode ser que o cliente imagine que essa reunião irá até as 12h. Agora, se você propuser uma conversa rápida às 10h45, provavelmente o cliente pensará que esse bate papo durará 15 minutos e, então, confirmará a reunião com você. A técnica da fração também ajuda quando você divide o valor do produto ou serviço por mês, ou faz o cálculo de quanto ficaria o valor por dia.

Planeje suas ligações e tenha metas diárias do que pretende realizar, não apenas do número de chamadas a serem efetuadas, mas de contatos ativos, ou seja, os clientes que de fato foram encontrados. Procure também otimizar seu índice de conversão, ou seja, quantos contatos de fato geraram negócios. Afinal de contas: "Não existe vento favorável a quem não sabe onde deseja ir". (Sêneca). Ótimas vendas!

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

Números do setor automotivo

LICENCIAMENTO DE AUTOVEÍCULOS NOVOS NACIONAIS

Os números relativos ao mês de abril já refletem sensivelmente o impacto da pandemia de Covid-19 sobre o setor. O índice relativo ao licenciamento de autoveículos novos nacionais registrou expressiva queda de 68% em relação ao mês anterior. Quando a comparação é feita com abril de 2019, a retração é ainda maior: quase 80%. Neste último cenário, as baixas mais expressivas estão nos segmentos de veículos leves e também entre os ônibus. Os caminhões também têm números negativos, porém menos expressivos do que as demais categorias. Quando se leva em consideração o acumulado do ano, a queda é menor, com cerca de 30% a menos. Os números devem seguir baixos nos próximos levantamentos apurados pela Anfavea.

Unidades	2020			2019		VARIAÇÕES PERCENTUAIS		
	ABR A	MAR B	JAN-ABR C	ABR D	JAN-ABR E	A/B	A/D	C/E
Total	47.368	146.460	544.908	205.774	744.529	-67,7	-77,0	-26,8
Veículos leves	43.249	139.297	517.886	195.852	709.195	-69,0	-77,9	-27,0
Automóveis	35.847	122.211	453.250	173.140	627.063	-70,7	-79,3	-27,7
Comerciais leves	7.402	17.086	64.636	22.712	82.132	-56,7	-67,4	-21,3
Caminhões	3.799	6.280	23.041	8.211	28.943	-39,5	-53,7	-20,4
Semileves	50	42	222	194	853	19,0	-74,2	-74,0
Leves	366	676	2.567	976	3.552	-45,9	-62,5	-27,7
Médios	389	584	2.176	831	3.021	-33,4	-53,2	-28,0
Semipesados	1.101	1.632	5.991	1.745	6.370	-32,5	-36,9	-5,9
Pesados	1.893	3.346	12.085	4.465	15.147	-43,4	-57,6	-20,2
Ônibus	320	883	3.981	1.711	6.391	-63,8	-81,3	-37,7

Mil unid.	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	ANO
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	210,0	228,2	218,7	233,1	2.490,2
2020	171,2	179,9	146,5	47,4									544,9

Fonte: Renavam/Denatran.

PRODUÇÃO DE AUTOVEÍCULOS MONTADOS

Em relação ao índice de autoveículos montados, os números representam fielmente a quarentena e o isolamento impostos em todo o território brasileiro ao longo das últimas semanas. A redução na produção é próxima a 100% no segmento de veículos leves, ficando em cerca de 85% na montagem de ônibus. O cenário é obviamente derivado do isolamento dos profissionais, mas também comporta influência da ausência de material para a produção dos veículos, já que outros países pelo mundo determinaram a interrupção de suas produções antes do Brasil. O próximo levantamento, que deverá considerar o mês de maio, também deverá registrar números negativos, mas espera-se que os índices de retração sejam inferiores aos apresentados em abril.

Unidades	2020			2019		VARIAÇÕES PERCENTUAIS		
	ABR A	MAR B	JAN/ABR C	ABR D	JAN-ABR E	A/B	A/D	C/E
Total	1.847	189.958	587.739	267.561	965.408	-99,0	-99,3	-39,1
Veículos leves	1.048	179.560	556.260	255.351	922.321	-99,4	-99,6	-39,7
Automóveis	946	156.498	493.234	225.330	812.445	-99,4	-99,6	-39,6
Comerciais leves	102	23.062	63.026	30.021	109.876	-99,6	-99,7	-42,6
Caminhões	403	8.406	25.109	9.412	34.173	-95,2	-95,7	-26,5
Semileves	18	156	261	48	295	-88,5	-62,5	-11,5
Leves	33	1.254	4.113	1.146	5.779	-97,4	-97,1	-28,8
Médios	13	377	951	350	1.471	-96,6	-96,3	-35,4
Semipesados	109	2.136	6.559	2.045	7.739	-94,9	-94,7	-15,2
Pesados	230	4.483	13.225	5.823	18.889	-94,9	-96,1	-30,0
Ônibus (Chassis)	396	1.992	6.370	2.798	8.914	-80,1	-85,8	-28,5
Rodoviário	43	309	1.260	606	1.884	-86,1	-92,9	-33,1
Urbano	353	1.683	5.110	2.192	7.030	-79,0	-83,9	-27,3

Mil unid.	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	ANO
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	247,3	288,5	227,5	170,5	2.945,0
2020	191,7	204,2	190	1,8									587,7

Fonte: Renavam/Denatran.

Desafios de um líder

Livro da Harvard Business Review traz artigos com conteúdo relevante para quem precisa liderar

Liderar é um dos principais desafios que um profissional pode encontrar no mercado de trabalho. Muitas pessoas simplesmente não conseguem desenvolver habilidades específicas para gerir corretamente um grupo de pessoas e quando chega o momento acabam perdendo grandes oportunidades em suas carreiras.

Chega às livrarias agora uma obra que promete auxiliar profissionais em cargos de liderança ou que estejam na iminência de assumir um. Desafios da liderança (Harvard Business Review Press, R$ 30, 208 páginas) faz parte da coleção Dez Leituras Essenciais da Harvard Business Review, que conta mais de dois milhões de livros vendidos e é referência mundial para quem procura os melhores pensadores, conceitos e artigos para se desenvolver profissionalmente.

O livro apresenta uma série de artigos assinados por especialistas em liderança e gestão de pessoas. O foco principal é demonstrar que as verdadeiras habilidades de liderança podem ser adquiridas e aperfeiçoadas ao longo da vida. Ou seja, não faz sentido acreditar que determinadas pessoas simplesmente "não nasceram para liderar".

Os artigos abordam temas que auxiliam os leitores a desenvolver a autoconfiança de sua equipe, provocar mudanças positivas, definir uma direção de gestão, motivar os outros colaboradores a alcançar a excelência, extrair força das adversidades, encorajar a tomada inteligente de riscos, dar crédito a outras pessoas pelo seu sucesso, gerenciar com empatia e aumentar a autoconsciência das pessoas.

Uma das principais qualidades do livro é que os artigos são expostos de forma clara e didática, em uma

estrutura que não fica presa ao texto corrido. Além do artigo propriamente dito, o conteúdo contempla quadros que exploram o tema na prática e resumem o que foi exposto pelo especialista.

Logo de início, o leitor tem acesso ao artigo "O que define um líder?", escrito pelo renomado escritor e jornalista científico Daniel Goleman. De acordo com o autor, situações diferentes exigem tipos diferentes de liderança. "Para realizar fusões, muitas vezes é preciso que um negociador sensível esteja no comando, enquanto uma empresa passando por muitas mudanças radicais exige uma autoridade mais enérgica", explica.

Goleman ressalta, entretanto, que em sua carreira notou que os líderes mais eficazes geralmente têm um ponto crucial em comum: todos mostram elevado grau do que se tornou conhecido como inteligência emocional (IE).

"Não que o QI e a competência técnica não sejam relevantes; eles são, mas como 'qualidades iniciais', ou seja, pré-requisitos no começo da carreira do executivo. Minha pesquisa, juntamente com outros estudos, prova que a inteligência emocional, por sua vez, é uma condição sine qua non de liderança. Sem ela, a pessoa pode ter a melhor formação do mundo, uma mente analítica e incisiva e um arcabouço infinito de ideias brilhantes, mas ainda assim não se tornará uma grande líder", completa.

Posteriormente, de forma estruturada e didática, o assunto é apresentado em resumo pela equipe editorial do livro, e não nas palavras do autor. Em leituras de artigos, esse tipo de estrutura é muito eficiente para que o conteúdo seja assimilado através de uma única leitura, sem que seja necessário grifar o texto, realizar fichamentos ou algo do tipo.

Confira a seguir os demais artigos que fazem parte do livro:

- Como se tornar um executivo eficaz, de Peter F. Drucker;
- O que os líderes realmente fazem, de John P. Kotter;
- O trabalho de liderança, de Ronald A. Heifetz e Donald L. Laurie;
- Por que alguém deveria ser liderado por você?, de Robert Goffee e Gareth Jones;
- As provas de fogo da liderança, de Warren G. Bennis e Robert J. Thomas;
- Liderança Nível 5: O triunfo da humildade e da determinação ferrenha, de Jim Collins;
- As sete transformações da liderança, de David Rooke e William R. Torbert;
- Liderança autêntica, de Bill George, Peter Sims, Andrew N. McLean e Diana Mayer;
- Em defesa do líder incompleto, de Deborah Ancona, Thomas W. Malone, Wanda J. Orlikowski e Peter M. Senge.

São artigos que evitam a repetição de temas e visam gerar uma abordagem completa e complexa dos assuntos que mais interessam à formação de um líder qualificado atualmente. Além disso, o livro faz parte de uma coleção de conteúdo com forte representação no mercado. Atualmente, a Harvard Business Review fornece conteúdo qualificado através de sua revista principal, de suas 13 edições internacionais licenciadas, dos livros da Harvard Business Review Press e do conteúdo digital publicado no site HBR.org.

Por meio de renomados professores e pesquisadores que fazem parte de sua grade de colaboradores, a Harvard Business Review procura explorar um conteúdo que não se limita ao marketing digital, por exemplo. Assim, a instituição reconhece e publica temas essenciais ao gestor que enfrenta diversas demandas em seu dia a dia e procura por soluções práticas e eficazes.

Num momento em que muitos buscam qualificação, mas esbarram na falta de tempo e até mesmo de disposição para adquirir novos conhecimentos, o livro da Harvard Business Review é uma ótima opção para enriquecer o portfólio de ideias e conceitos de forma rápida e eficaz. Vale a leitura, principalmente agora!

MERCADO AUTOMOTIVO

30 anos

REVISTA OFICIAL DOS DISTRIBUIDORES

1 edição

REVISTA IMPRESSA + REVISTA DIGITAL + 1 NOTÍCIA NO SITE + 1 POST NO INSTA E FACE

3 edições

REVISTA IMPRESSA + REVISTA DIGITAL + 4 NOTÍCIAS NO SITE + 4 POSTS NO INSTA E FACE

6 edições

REVISTA IMPRESSA + REVISTA DIGITAL + 8 NOTÍCIAS NO SITE + 8 POSTS NO INSTA E FACE

PACOTES DE DIVULGAÇÃO 2020

ATENDIMENTO COMERCIAL:

*Devido a epidemia de Corona Vírus, estamos atendendo normalmente nos contatos abaixo

[11] 94231-1496 [11] 94176-5011

comercial@photon.com.br

www.revistamercadoautomotivo.com.br

grupo photon

IQA completa 25 anos de conquistas em qualidade automotiva

O IQA – Instituto da Qualidade Automotiva –, organismo de certificação acreditado pela CGCre-Coordenação Geral de Acreditação do Inmetro, acaba de completar 25 anos de fundação. Criado em 18 de maio de 1995, com a missão de certificar produtos automotivos com base em regulamentos nacionais, o IQA é hoje uma referência em qualidade no setor automotivo. Com a pandemia da Covid-19, o Instituto tem adequado as atividades para oferecer ainda mais segurança à sociedade.

Apesar do momento delicado que a humanidade vive atualmente, Ingo Pelikan, presidente do IQA, reforça o compromisso do Instituto com todo o setor da mobilidade e sociedade. "Evidentemente o momento é bem complexo, mas tenho certeza que vamos superar e continuaremos oferecendo o melhor possível para a sociedade, entidades, nossos clientes e parceiros", afirma.

Faz parte deste compromisso a adequação das atividades remotas com a digitalização dos processos internos e auditorias remotas. Além disso, o IQA tem trabalhado no desenvolvimento de um novo serviço de apoio para retomada de produção, envolvendo saúde e segurança.

"Os novos serviços pós-Covid-19 do IQA possuem como foco Saúde e Segurança (Covid Free), Delivery (Covid Free), Validação de lotes, Digitalização, Retomada de produção (apoio), Boas práticas e Inspeção de estoques", explica Alexandre Xavier, superintendente do IQA.

CONQUISTAS

"Em 1995, na criação do IQA, existia um grande questionamento do que era fabricado e oferecido no nosso setor", lembra Pelikan, presidente do IQA. Resultado de trabalho em conjunto entre a indústria e o governo, o Instituto começou a atuar junto ao governo na certificação obrigatória de itens de segurança e posteriormente ampliou seu leque de atividades para a certificação de sistemas de gestão e serviços automotivos, além de treinamentos, publicações técnicas e ensaios laboratoriais.

Após 25 anos, as conquistas são inúmeras. Uma das mais marcantes foi a inauguração da nova sede, no final do ano passado, dando início às comemorações dos 25 anos do IQA. Na ocasião, o Instituto passou a ser signatário dos Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEPs, na sigla em inglês), da ONU. "Hoje, 60% dos colaboradores do IQA são do sexo feminino, sendo que, no quadro de líderes, elas representam praticamente 50%", comenta Ingo Pelikan.

A nova sede deu início também ao projeto de ampliação do escopo de atuação, para desenvolver novos projetos, além de multiplicar a capacidade de treinamento, além de abrir espaço para startups, um hub de inovação com foco na qualidade para o setor da mobilidade.

"O momento atual restringe a utilização deste espaço tal como foi projetado, porém acabou sendo também uma oportunidade para ampliarmos nossa presença nos meios digitais e aumentarmos significativamente nossos cursos e treinamentos on-line", comenta Alexandre Xavier. "E, quando o isolamento social terminar, retornaremos com força máxima!", completa.

O IQA – Instituto da Qualidade Automotiva – é um organismo de certificação sem fins lucrativos especializado em mobilidade. Criado em 1995 por entidades do setor e do governo, o IQA oferece soluções que fomentam a qualidade e a produtividade nos canais de produção e pós-vendas, como certificação de produtos, serviços e sistemas de gestão; treinamentos; manuais e ensaios de laboratório. É parceiro de organismos internacionais e acreditado pela CGCre (Coordenação Geral de Acreditação) do Inmetro. Acesse o site www.iqa.org.br.

Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista do Estado de São Paulo

	Atividade	Faturamento real*	Dez19/Dez18 (%)	acumulado no ano (%)	acumulado 12 meses (%)
Estado de São Paulo	Autopeças e acessórios	1.419.446	4,0	10,8	10,8
	Concessionárias de veículos	7.339.332	0,6	4,9	4,9
Capital	Autopeças e acessórios	474.228	2,2	7,8	7,8
	Concessionárias de veículos	2.950.001	-3,6	3,4	3,4
ABCD	Autopeças e acessórios	92.369	-2,0	11,8	11,8
	Concessionárias de veículos	463.350	0,6	8,2	8,2
Araçatuba	Autopeças e acessórios	40.313	4,6	21,0	21,0
	Concessionárias de veículos	75.380	-4,1	5,7	5,7
Araraquara	Autopeças e acessórios	42.482	-12,8	10,9	10,9
	Concessionárias de veículos	217.980	2,4	5,1	5,1
Bauru	Autopeças e acessórios	57.259	13,3	8,5	8,5
	Concessionárias de veículos	211.988	0,8	5,1	5,1
Campinas	Autopeças e acessórios	169.978	7,2	18,4	18,4
	Concessionárias de veículos	838.809	4,1	10,2	10,2
Guarulhos	Autopeças e acessórios	88.562	40,4	25,7	25,7
	Concessionárias de veículos	143.989	4,2	7,2	7,2
Jundiaí	Autopeças e acessórios	66.927	19,5	26,4	26,4
	Concessionárias de veículos	301.879	8,0	6,8	6,8
Litoral	Autopeças e acessórios	54.835	10,4	11,9	11,9
	Concessionárias de veículos	295.607	8,4	3,2	3,2
Marília	Autopeças e acessórios	52.193	-13,3	4,6	4,6
	Concessionárias de veículos	127.857	2,3	4,6	4,6
Osasco	Autopeças e acessórios	32.937	-9,5	-,32	-3,2
	Concessionárias de veículos	214.732	3,6	2,1	2,1
Presidente Prudente	Autopeças e acessórios	14.478	-0,4	3,4	3,4
	Concessionárias de veículos	82.357	-4,5	1,0	1,0
Ribeirão Preto	Autopeças e acessórios	94.149	1,3	3,6	3,6
	Concessionárias de veículos	481.625	0,2	2,9	2,9
São José do Rio Preto	Autopeças e acessórios	42.122	7,9	5,6	5,6
	Concessionárias de veículos	224.983	7,9	7,5	7,5
Sorocaba	Autopeças e acessórios	54.010	-2,5	16,1	16,1
	Concessionárias de veículos	342.084	2,3	5,9	5,9
Taubaté	Autopeças e acessórios	42.605	0,2	5,5	5,5
	Concessionárias de veículos	366.711	8,6	1,9	1,9

* A preços de dezembro/2019 – valores em R$ mil

MARELLI OBTÉM LIQUIDEZ DE 1 BILHÃO DE EUROS PARA ATRAVESSAR A PANDEMIA

A Marelli recebeu a concessão de um financiamento de mais de 1 bilhão de euros através do seu acionista – o fundo de private equity KKR – e dos principais institutos de crédito japoneses para atravessar o período de crise gerado pela pandemia de Covid-19 em todo o mundo. Antes ainda de obter esse financiamento de longo prazo, a Marelli introduziu uma série de medidas para se antecipar e reagir à queda do mercado e à paralisação da produção em muitas plantas, de modo a salvaguardar o negócio e manter a flexibilidade financeira.

Segundo Christoph Hobo, CFO mundial da Marelli, os efeitos da pandemia estão sendo muito relevantes para a indústria automobilística mundial. Portanto, a concessão desse financiamento demonstra a crença dos acionistas e dos bancos nas perspectivas da Marelli, a confiança nos seus colaboradores e o apoio à estratégia geral da empresa. Estas medidas, associadas à sustentação recebida dos acionistas e dos bancos japoneses, consolidou a confiança da Marelli na própria capacidade de fazer frente ao impacto negativo momentâneo da pandemia.

NGK DÁ DICAS SOBRE CUIDADOS COM O CARRO PARADO DURANTE E PÓS-QUARENTENA

A NGK chama atenção para os cuidados necessários com o carro durante e após a quarentena, devido ao período prolongado em que o mesmo fica desligado. De modo geral, o fato de um veículo ficar parado por muito tempo não traz grandes prejuízos às velas, cabos e bobina. No entanto, a prática de ligar o veículo na garagem de casa por alguns minutos, para evitar o descarregamento da bateria, não é recomendada, pois pode gerar acúmulo de gases contaminantes em ambientes fechados, além de poder acarretar problemas para as velas de ignição.

No caso de veículos mais antigos e carburados, o nível de emissões é naturalmente maior e o cuidado deve ser redobrado. "Os veículos carburados apresentam ainda outro problema, que é o uso do afogador. Isso pode levar à carbonização de velas, no caso de veículos a gasolina, e ao encharcamento naqueles movidos a etanol", explica Hiromori Mori, consultor da Assistência Técnica da NGK do Brasil. Outro ponto de atenção é quanto a colocar o motor para funcionar sem que ele faça força, o que pode provocar a carbonização das velas. Uma alternativa para evitar problemas no sistema de ignição é, por exemplo, nas cidades nas quais não há severas restrições à locomoção, dar uma volta rápida com o veículo, mantendo a rotação do motor constante, próxima de 3 mil rpm, por 10 a 15 minutos. "Ao fazer isso, quinzenalmente, evita-se uma série de problemas. Já em cidades onde há uma forte restrição ao deslocamento, não é possível colocar o veículo em funcionamento", comenta o consultor. No momento em que for decretado o fim da quarentena, é necessário avaliar as condições do automóvel para evitar problemas.

NAKATA APRESENTA AÇÕES EM SEUS CANAIS DIGITAIS EM TEMPOS DE COVID-19

A A pandemia do coronavírus trouxe às pessoas e empresas novas formas de se relacionar e um novo jeito de trabalhar, oferecer e entregar produtos. Empresas começaram a investir cada vez mais nos canais digitais, entre eles, Facebook, Instagram, site corporativo, YouTube, blog e no e-commerce. No setor automotivo, empresas que não participavam do e-commerce aderiram à venda on-line e outras que já utilizavam esta ferramenta investem cada vez mais.

Além do Facebook (1 milhão de seguidores), atualmente a Nakata participa de diversas mídias digitais – Instagram, YouTube, site corporativo e blog –, com ações específicas para cada uma, levando informações para consumidores, reparadores e público em geral, através dos quais também é realizada troca de experiências com usuários. O canal da Nakata do YouTube traz uma série de vídeos, com temas para o aperfeiçoamento dos reparadores e melhoria de seus serviços. A empresa acabou de lançar na plataforma a série Mecânica Tim por Tim Tim, com 10 vídeos, que mostra diferentes procedimentos de manutenção de itens da suspensão, sobretudo do amortecedor. Já no blog da Nakata (https://blog.nakata.com.br/) há conteúdos para os donos de carro, entre eles, revisão, segurança, componentes e peças, e para os reparadores, voltadas para manutenção, carreira, tecnologia, peças e até e-books.

GATES DOA MAIS DE MEIO MILHÃO DE DÓLARES EM APOIO À LUTA CONTRA A COVID-19

A A Gates Corporation, fornecedora de soluções para transmissão de energia, sediada em Denver (EUA), anunciou a doação de mais de meio milhão de dólares para organizações sem fins lucrativos que estão à frente do atendimento e assistência às vítimas da pandemia da Covid-19. A ação acontece por intermédio da Fundação Gates Industrial Corporation e com o apoio de aproximadamente 100 instalações da Gates em todo o mundo.

As doações, que totalizam mais de US$ 535.000,00, são fornecidas de forma irrestrita, permitindo aos beneficiários a flexibilidade máxima para atenderem às necessidades mais emergenciais em suas áreas, que vão desde a aquisição de equipamentos de proteção individual (EPI) para profissionais das linhas de frente na área médica e serviços de saúde, até suprimentos de alimentação e moradia às pessoas mais vulneráveis e afetadas pela pandemia. Localmente, a Gates do Brasil, com duas fábricas na cidade de Jacareí (SP), indicou como beneficiários desta ação a Santa Casa de Misericórdia de Jacareí, que aplica testes de diagnósticos da doença e recebe pacientes infectados com a Covid-19, e a Associação Casa Fonte da Vida, entidade filantrópica que, além de testes, realiza cuidados para pacientes com o novo coronavírus e que necessita da doação de materiais médicos como máscaras, aventais à prova d'água e alimentos.

A DASA GARANTE A DISTRIBUIÇÃO.

Manter o Brasil rodando é nosso compromisso.

Neste momento que vivemos, o país precisa que produtos e profissionais essenciais cheguem a qualquer lugar. Por isso, a **DASA**, representada pelas marcas **Sama, Laguna e Matrix, garante a distribuição de autopeças e acessórios em todo o Brasil**, para manter veículos leves e pesados em pleno funcionamento.

Continuamos trabalhando em nossas filiais, tomando todas as medidas de higiene para proteger colaboradores e clientes, de acordo com as regras de cada localidade. Você pode realizar seus pedidos online ou por telefone, que entregamos com toda a segurança e comodidade.

Conte conosco

Você pode comprar on-line
***24 Horas** por dia*
***7 Dias** por semana*

DASA / Distribuidora Automotiva

Você é a nossa peça-chave

thenest.com.br
Sama
Autopeças
Laguna
Autopeças
MatriX
www.distribuidora.com.br

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