MERCADO AUTOMOTIVO

SEU CANAL DE COMUNICAÇÃO COM OS DISTRIBUIDORES

ANO 30
Nº 287

APOIO
ANDAP

CAPA

PROBLEMAS E SOLUÇÕES ANTECIPADAS

LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS EXIGE ATENÇÃO DAS EMPRESAS, MESMO EM MEIO À PANDEMIA

[pág. 20]

ECONOMIA

Possibilidade de reforma tributária anima empresariado brasileiro em meio à crise

[pág. 14]

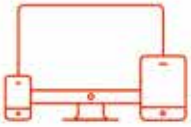
E MAIS ENTREVISTA COM DAN IOSCHPE / PRESIDENTE DO SINDIPEÇAS [pág. 10]

Pellegrino

é muito mais autopeças.

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

Trânsito seguro: eu faço a diferença.



Fale com nossa gente
e faça seu pedido ou
Compre Online
24h por dia / 7 dias por semana

Pellegrino

Conte com nossa gente.

Como se adaptar às mudanças regulatórias na internet

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

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD - Lei nº 13.709/2018), aprovada em 2018, entraria em vigor neste mês de agosto, mas, graças à Medida Provisória 959, seu prazo para entrar em vigência passou para maio de 2021. De qualquer forma, o tema gera muita discussão e traz mudanças significativas no uso da internet num momento em que o universo digital se expandiu por conta da pandemia. Em entrevista com especialistas no tema, a matéria de capa aborda esse assunto, mostrando o que vai mudar com a nova lei e como as empresas devem adotar medidas para se adequarem às regras. O fato é que a regulamentação é importante para criar um ambiente mais seguro para os consumidores e promover o comércio digital de forma responsável.

Ainda nesta edição, o presidente do Sindipeças, Dan Ioschpe, destaca o desempenho da indústria de autopeças durante a pandemia, fala de perspectivas de mercado com a retomada e a atuação do aftermarket neste cenário.

São muitas mudanças nesse período tão desafiador para a economia que cabe muitas reflexões sobre o que vivemos e como tudo isto vai afetar o futuro. O que sabemos é que a pandemia marca uma época e abre novas possibilidades de lidar com o trabalho e com a vida de forma geral.

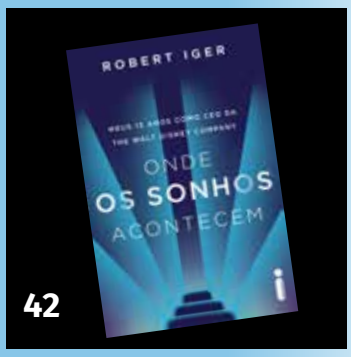
Saúde para todos!

Até breve!

Rodrigo Carneiro
Presidente da Andap

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
Presidente do Sindipeças, Dan Ioschpe analisa os impactos sentidos pelo segmento de autopeças a partir da pandemia

14 ECONOMIA
Empresariado brasileiro espera que a reforma tributária (desta vez) saia do papel

20 MATÉRIA DE CAPA
Mesmo antes de sua vigência, Lei Geral de Proteção de Dados gera preocupações em empresas do setor

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

28 IQA
IQA amplia conceito do AutoRetorno

29 EVENTO - AUTOPROMOTEC
Edição da Autopromotec - Bolonha - Itália mudou de data

30 ARTIGO - REDAÇÃO
Conheça a filosofia Lean e diminua os gastos da sua empresa

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

35 COMEMORAÇÃO
Dana comemora 73 anos de Brasil

36 EVENTOS - AUTOMECHANIKA – SHANGHAI
16ª edição reabre o comércio do Aftermarketing ao mercado global

38 ERIK PENNA
Cinco condutas assertivas do vendedor contemporâneo

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

42 CULTURA
Em livro, atual CEO da The Walt Disney Company fala sobre os desafios que enfrentou em seus 15 anos de gestão

46 ARTIGO - REDAÇÃO
Resiliência e liderança para o momento atual

47 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

DG

Visite nosso site

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

MERCADO AUTOMOTIVO

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

NO WHATSAPP
55 (11) (11) 94231-1496
55 (11) 94176-5011

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 julho e agosto 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%

heyholet'sGO!
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

 Por: Thassio Borges

Impactos presentes e futuros

Dan Ioschpe, presidente do Sindipeças (Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores), em entrevista à revista **Mercado Automotivo**, avalia os impactos gerados pela pandemia de Covid-19 no segmento de autopeças brasileiro. As consequências da crise já são sentidas pelas empresas, mas é preciso analisar também o que pode e o que deve ser feito nos próximos meses para minimizar o impacto.

***Mercado Automotivo** – Durante o período de quarentena gerada pela pandemia de Covid-19, houve uma mudança relevante na participação das montadoras e da reposição no faturamento das autopeças. Você entende que essa mudança sinaliza, de fato, uma tendência no setor ou foi algo apenas pontual?*

Dan Ioschpe – É provavelmente uma mudança pontual, pelo adiamento na compra de veículos novos por conta da pandemia. Com a recuperação da venda de veículos novos, que já se iniciou em junho, é razoável supor que voltaremos à participação que predominava anteriormente ao longo dos próximos meses.

MA – Como você avalia o desempenho do setor de autopeças nesta crise gerada pela pandemia de Covid-19? É possível já saber o tamanho do estrago?

DI – Cerca de 70% da atividade do setor de autopeças é voltada à produção de veículos novos. Por isso,

com a queda na produção de veículos por conta da pandemia, nossa atividade foi fortemente afetada também, em especial na segunda metade de março e nos meses de abril e maio. Com a recuperação da produção de veículos a partir de junho, estamos tendo uma trajetória de recuperação semelhante no setor de autopeças. As centenas de empresas que compõem o nosso setor adotaram todas as medidas possíveis para proteger seus colaboradores, o volume de empregos e as próprias empresas. A possibilidade de antecipar férias, suspender contratos de trabalho e reduzir a jornada e os salários ajudou e segue ajudando muito nessa gestão. O trabalho de todos, empresas, governo e colaboradores, vai no sentido de reduzir ao máximo as demissões e eventuais fechamentos de unidades industriais.

MA – Em relação a falências e fechamentos, você entende que o segmento de autopeças mostrou resiliência em meio aos piores meses da pandemia?

DI – O setor tem mostrado a sua grande resiliência, já apresentada em crises anteriores, como a de 2014 a 2016. A crise é grave e afeta a todos, mas com certeza seguiremos cumprindo nossa função nessa importante cadeia de valor.

MA – Você entende que faltam incentivos do governo especificamente aos players do segmento de autopeças no Brasil? Por quê?

DI – O Sindipeças tem trabalhado em três eixos básicos: a flexibilização trabalhista, para que sejam mantidas as empresas e os empregos, como descrito acima; a postergação da tributação nas esferas federal e estaduais, visando a preservação do caixa das empresas; e a irrigação do sistema de crédito para que não haja maiores problemas na cadeia de pagamentos. Parte significativa de nossos pleitos, feitos em conjunto com outros setores da economia, tem sido atendida.

MA – No cenário pré-pandemia, qual era o principal gargalo do segmento de autopeças brasileiro? Infraestrutura, sistema tributário?

DI – Os principais desafios para o setor são também os principais desafios para o País. As soluções,

algumas já em curso, atingiriam positivamente todos os setores. Os melhores exemplos são a reforma tributária, projetos de infraestrutura, aprofundamento da reforma trabalhista, reforma administrativa, redução do Custo Brasil e estímulo à pesquisa, ao desenvolvimento e à inovação (PD&I). Destaco também a relevância dos acordos internacionais para a inserção do Brasil no mundo, desde que negociados com horizontalidade, transparência e gradualidade.

MA – Diante de uma crise que trouxe consequências a mercados de todo o mundo, como você vê as exportações de autopeças brasileiras daqui para frente? É possível ser otimista ainda em 2020 ou só devemos recuperar mercado em 2021?

DI – As exportações brasileiras crescerão com a melhoria das condições de produtividade e competitividade do Brasil, conforme mencionei na pergunta anterior. Por isso a importância de seguirmos nessa agenda. Podemos cumprir papel mais significativo no mundo, em especial na América Latina. Com relação às perspectivas de mercado, ainda há muito pouca visibilidade, mas, ao que tudo indica, já estamos em recuperação.

MA – Qual sua avaliação sobre o programa Rota 2030 até o momento?

DI – O Sindipeças participou ativamente da construção desse regramento para a indústria automotiva. Gostamos muito do programa, que está alinhado com o que há de mais moderno no mundo. E o Rota endereça questões essenciais para a nossa agenda de competitividade, em especial o incentivo à realização de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I) em nosso país, alinhado com os mecanismos utilizados ao redor do mundo.

MA – Gostaria que falasse sobre a importância da área de Pesquisa e Desenvolvimento nas empresas do setor automotivo. Você entende que investimentos nessa área são uma necessidade cada mais relevante às empresas?

DI – As ações de PD&I são fundamentais não só para o setor, mas para todo o País, como mencionei em respostas anteriores. O Sindipeças trabalha intensamente para orientar as empresas associadas a utilizar programas de estímulo à inovação que já existem e são muito bons. Temos parcerias, por exemplo, com a Embrapii (Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial) e com a ABDI (Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial). O Brasil tem instrumentos interessantes nessa área, como o Rota 2030 e alguns que necessitam de ajustes, como a "lei do bem".

MA – Gostaria que falasse também sobre a importância do incentivo à sustentabilidade nas empresas. É possível entender essa preocupação ambiental como um diferencial às marcas do setor de reposição?

DI – Há quatro vetores de médio e longo prazos fundamentais para que o País siga a rota do crescimento sustentável: equilíbrio macroeconômico, tranquilidade institucional, combate à desigualdade social e proteção ao meio ambiente. Sem isso, é pouco provável que o País avance como todos desejam. Ou seja, mais que uma preocupação, trata-se de uma agenda fundamental para todos.

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

 Por: Thassio Borges

Cenário positivo à vista

Possibilidade de reforma tributária anima empresariado brasileiro em meio à crise

Diante das milhares de notícias negativas geradas pela pandemia de Covid-19 no Brasil e no mundo, ao menos uma informação divulgada em julho trouxe esperança de dias melhores para empresários e empreendedores brasileiros no âmbito econômico. O ministro da Economia, Paulo Guedes, entregou ao Congresso a proposta de reforma tributária do governo, que pretende, entre outros pontos, simplificar o complicado sistema de tributos do País.

O assunto é tema de preocupação para quase todo o empresariado brasileiro. Segundo pesquisa recente da CNDL (Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas), SPC Brasil (Serviço de Proteção ao Crédito) e Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), 96% dos empresários no Brasil apontam a alta carga tributária e a complexidade do sistema de arrecadação como as principais barreiras para o desenvolvimento nacional.

A esperança com a apresentação da proposta do governo neste momento é que ela seja incorporada aos projetos já em tramitação na Câmara e no Senado, em comissão especial mista. Na ocasião de entrega da proposta por Guedes, o presidente do Senado, Davi Alcolumbre, mostrou-se otimista em relação ao aumento de investimentos no Brasil em decorrência da reforma.

"Hoje o governo federal entrega parte para ser acoplada aos debates e aos temas construídos na comissão para que a gente saia com uma proposta

uníssona de reforma tributária. Damos mais um passo significativo no rumo da sonhada reforma tributária brasileira. Um emaranhado de legislações, portarias e resoluções complicam a vida dos investidores, atrapalham o ambiente brasileiro e, com ela [reforma], teremos a oportunidade de construirmos esse novo ambiente propício para o desenvolvimento", afirmou.

O presidente da Câmara, Rodrigo Maia, também falou na cerimônia e reforçou que a simplificação tributária poderá gerar empresas e ampliar a renda da população. "Independentemente do que vai ser aprovado, o importante é que, em conjunto com o Poder Executivo, a gente possa avançar numa reforma tributária que, de fato, dê segurança jurídica para o setor produtivo investir no Brasil, gerar emprego e renda", disse.

De acordo com o ministro Guedes, a proposta do governo tem o objetivo de complementar os projetos da Câmara e do Senado, já em discussão no Congresso. Assim, o governo apenas abordou uma simplificação de tributos federais.

"Trazemos o IVA, o Imposto sobre Valor Adicionado dual, [...] mas nunca porque quisemos ter só o imposto federal, mas para complementar a reforma da Câmara, que já era a do IVA a nível de estados e municípios. Em sinal de respeito, nós oferecemos uma proposta técnica do IVA, mas com apoio total ao que está estipulado na PEC 45, que busca o acoplamento desses impostos", completou.

> *"A simplificação tributária poderá gerar empresas e ampliar a renda da população."*
>
> **Rodrigo Maia,**
> presidente da Câmara

Guedes, entretanto, esclareceu que o governo ainda irá enviar ao Congresso propostas em relação a outros tributos – como Imposto de Renda, dividendos e IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) –, que poderão ser acrescentadas aos textos atualmente em discussão. Já o IVA dual prevê a unificação de diversos tributos em dois impostos: um federal e outro regional. Em tese, tributos como o IPI e o Imposto sobre Operações Financeiras (IOF) poderiam ser unificados, mas o ministro explicou que, no nível federal, o IVA fundirá o Programa de Integração Social (PIS) e a Contribuição sobre o Financiamento da Seguridade Social (Cofins).

Propostas no Congresso

Antes da entrega do projeto do governo por Paulo Guedes, duas propostas de reforma tributária tramitavam no Congresso: a PEC 45/2019 na Câmara dos Deputados e a PEC 110/2019 no Senado Federal. No início do ano, a Agência Brasil consultou especialistas e concluiu que as propostas são semelhantes em seus objetivos, mas diferentes no conteúdo (abrangência, prazos de transição e grau de autonomia de União, estados e municípios de fixarem alíquotas de impostos, taxas e contribuição).

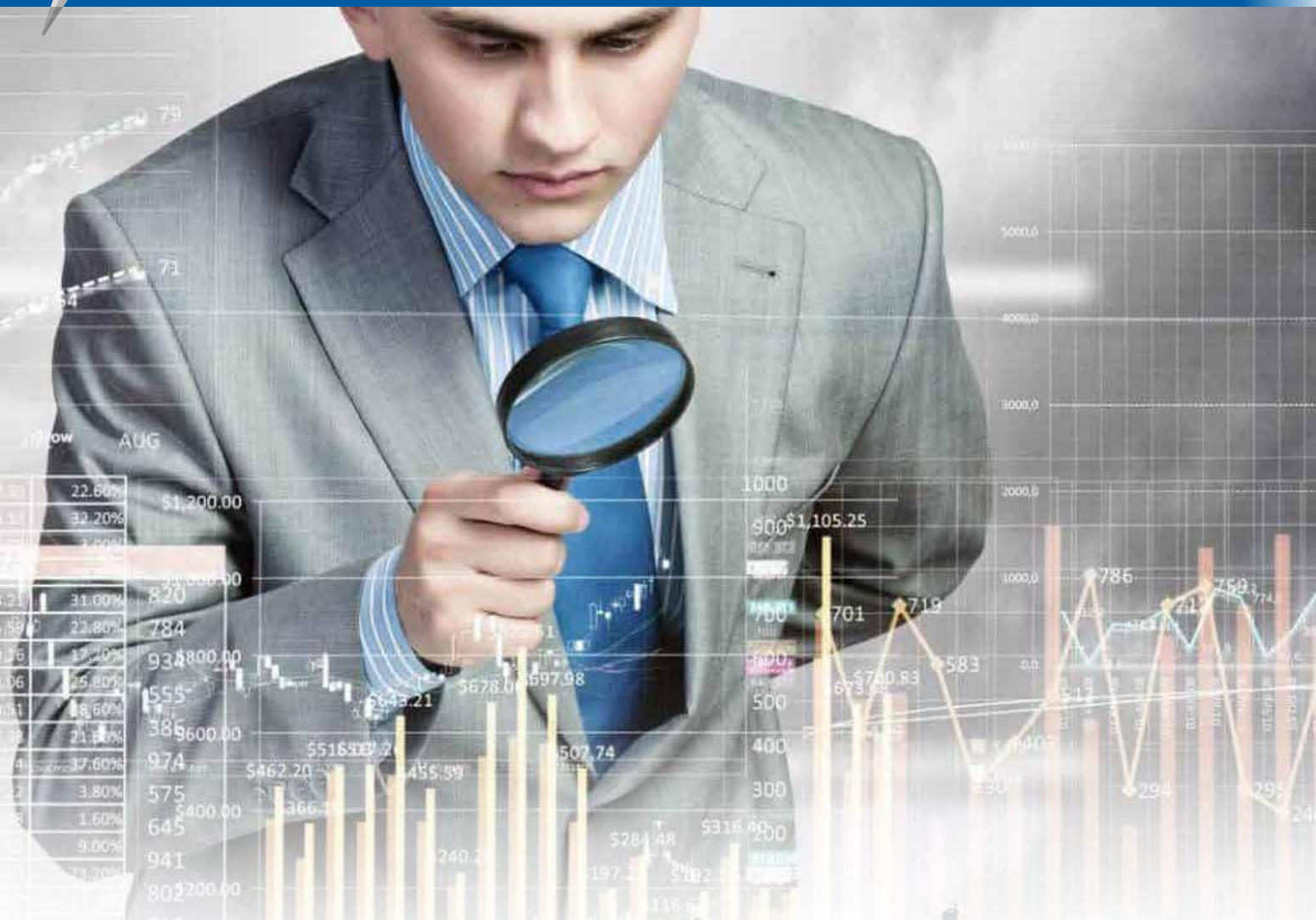
"As duas [PECs] propõem a substituição dos principais tributos de produtos e serviços – o ICMS (Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços), o ISS (Imposto Sobre Serviço), o IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) e o PIS (Programa de Integração Social)/ Cofins (Contribuição para Financiamento da Seguridade Social) – pelo Imposto de Bens e Serviços (IBS), que é um imposto do tipo valor adicionado", explicou o economista Bernard Appy, ex-secretário executivo e ex-secretário de Política Econômica do Ministério da Fazenda (2003 – 2009) e diretor do Centro de Cidadania Fiscal, o think tank responsável por elaborar a PEC 45 que foi apresentada na Câmara pelo deputado federal Baleia Rossi (MDB-SP).

"As duas propostas tentam simplificar e tornar menos oneroso o recolhimento dos tributos, do ponto de vista da burocracia, do tempo necessário para gerir essas obrigações tributárias. E, ao mesmo tempo, promover uma uniformização tributária no âmbito federal, de modo a acabar com aquilo que tem se chamado de guerra fiscal, cujo principal elemento de disputa é o ICMS", acrescentou Luiz Alberto dos Santos, consultor do Senado Federal e professor da Ebape/Fundação Getulio Vargas (FGV).

Appy explica que ambas as propostas, de fato, acabam com a guerra fiscal na prática. O tempo de transição da reforma, entretanto, é algo que difere entre os dois projetos. No caso da PEC 45, há dois prazos. O IBS será implantado em dez anos no que diz respeito à extinção integral dos antigos tributos e a vigência plena do novo. Para a conclusão da partilha da receita do novo tributo entre os entes federativos (União, estados e municípios), o prazo é de 50 anos.

No caso da PEC 110, mais impostos são consolidados no IBS e os prazos previstos são mais céleres: seis anos para extinção de antigos tributos e dez anos para a conclusão da partilha.

Para que a guerra fiscal chegue ao fim, as duas propostas indicam a adoção do princípio da tributação no destino. Ou seja, a receita será recolhida e arrecadada pela unidade da Federação ao qual o produto se destina



e não onde é produzida. Para Santos, a substituição do princípio da tributação na origem pelo princípio da cobrança no destino é o principal elemento capaz de reduzir a guerra fiscal no Brasil.

Na opinião de Appy, esse arranjo terá efeito na produtividade das empresas e no crescimento econômico. "As empresas acabam por escolher seus centros de distribuição não por onde minimiza os custos de logística, mas minimiza os custos tributários. Do ponto de vista econômico, perde produtividade, gasta mais capital e trabalho para fazer a mesma distribuição. Esse tipo de distorção deixa de existir", garante o economista.

"Essa simplificação tem um efeito muito grande sobre o potencial de crescimento da economia brasileira. Uma parte do efeito mais evidente: o custo burocrático de pagar imposto – que no Brasil é o mais alto do mundo – por causa desses tributos sobre produtos e serviços e também da complexidade, que gera muito litígio", completou.

O que ambos os especialistas, entretanto, fazem questão de afastar é a ideia de que a reforma tributária resultará na redução da carga de impostos, taxas e contribuições pagas pelos brasileiros.

"Não é intenção de nenhuma das propostas a redução da carga tributária. Vamos ter mudança na composição dos tributos e na forma de distribuição desses tributos entre os entes da Federação e como eles vão incidir em cada etapa do processo produtivo", explicou o consultor do Senado.

"Só dá para reduzir carga tributária diminuindo dívida pública. Carga tributária é uma discussão de dívida pública. Se o País quer ter políticas públicas mais abrangentes, vai ter uma carga tributária mais alta. Se quer ter uma atuação menor do governo, vai ter uma carga tributária menor", ponderou Appy.

Ainda que a reforma tributária não contemple todos os objetivos esperados por consumidores e empresários brasileiros, ao menos permitirá que diversas empresas possam se dedicar às suas atividades-fim. Afinal, não há sentido que um escritório de arquitetura, por exemplo, tenha mais profissionais para cuidar de tributos do que arquitetos propriamente ditos.

AUTO MAINTENANCE & REPAIR

Pre-register now

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

NOVA DATA

24 a 27 de abril de 2021

120,000	1,300	59,102	66
Exhibition space (sqm)	Exhibitors	Visits (2019)	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

SEMINÁRIO DA

REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA

PATROCÍNIO PRATA 2019

ARTEB

Delphi Technologies

KOLBENSCHMIDT

NGK SPARK PLUGS

NTK OXYGEN SENSORS

Pellegrino
Conte com nossa gente.

PERFECT AUTOMOTIVE

PitStop

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
TECNOLOGIA EM VEDAÇÃO

CORTECO

ZF

ESTANDES EXPO DAY 2019

FRAGA

I.G.A.

npd

pagueveloz

PitStop

TecAlliance
TecDoc Inside

MERCADO AUTOMOTIVO
EXPO DAY

NOVEMBRO 2020
FORMATO VIRTUAL

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

ORGANIZAÇÃO:

grupo photon

 Por: Thassio Borges

Antecipar soluções é o caminho

Lei Geral de Proteção de Dados requer especial atenção das empresas, ainda que não esteja em vigor

Além de todos os prejuízos e incertezas relacionados à pandemia de Covid-19, as empresas brasileiras enfrentam outro importante temor neste segundo semestre de 2020: a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD – Lei nº 13.709/2018). Aprovada em 2018, a lei entraria em vigor neste mês de agosto, mas, graças à Medida Provisória 959, seu prazo para entrar em vigência passou para maio de 2021.

As datas, entretanto, ainda são incertas. Se o Congresso aprovar a MP e a transformar em Lei, a LGPD manterá sua entrada em vigor em maio do próximo ano, com as sanções tendo início três meses depois, em agosto. No entanto, se a MP não for votada, "caducará" em 28 de agosto de 2020. Dessa forma, o prazo válido para o início da vigência volta a ser 14 de agosto deste ano.

Para o advogado Giovani Agostini Saavedra, sócio do escritório Saavedra & Gottschefksy – Sociedade de Advogados e professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie, a confusão com as datas e a incerteza em relação ao início das punições faz com que as empresas subestimem as consequências da LGPD.

"As pessoas estão subestimando os efeitos da Lei, mas é preciso ressaltar que as punições que derivam da norma legal podem chegar a R$ 50 milhões. Além disso, as pessoas não têm uma clara consciência do que sejam dados. Dados não se limitam a RG e CPF, mas toda e qualquer informação que identifique uma pessoa física: uma preferência, uma localização etc.", explica o especialista.

A lei pode gerar um impacto significativo no setor automotivo, especialmente no varejo, cujas vendas são feitas, em boa parte, a pessoas físicas, alvo de proteção da norma legal. Conforme explica o advogado, a LGPD não busca proteger dados de pessoas jurídicas, apenas de pessoas físicas. Assim, parte dos bancos de dados de determinadas empresas permanecerão seguros, longe de potenciais punições.

Para boa parte do setor, entretanto, o banco de clientes e potenciais clientes está fortemente comprometido a partir das definições impostas pela lei. A norma legal tem o interesse de conceder maior segurança aos usuários e consumidores frente a relação com empresas e marcas. De certo modo, com base no que preceitua o Código de Defesa do Consumidor, a parte consumerista da relação é vista como hipossuficiente, pois necessariamente precisará de proteção em relação às marcas com as quais efetuou operações econômicas ou as que têm possibilidade de realizar.

Ao dar poder a cada consumidor, a lei também permite um sem-número de ações individuais motivadas por pessoas que entendem terem sido lesadas em relação aos seus dados pessoais. "Uma pessoa, sozinha, poderá ingressar com uma ação contra determinada empresa que teria violado sua privacidade ao manipular seus dados. E isso pode trazer um passivo enorme para empresas que não teriam condições de arcar com essas condenações", completa o especialista.

No âmbito da proteção dos dados pessoais, a LGPD tem como fundamentos o respeito à privacidade; a autodeterminação informativa; a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião; a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem; o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação; a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais.

Além disso, a lei busca definir o que considera ser dado pessoal sensível. Trata-se de dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural. Esse tipo de dado somente poderá ocorrer quando houver consentimento do titular ou de seu responsável legal. É preciso, entretanto, que esse consentimento seja dado de forma específica e destacada, para finalidades específicas.

"Não é suficiente que o consumidor simplesmente clique em 'OK' para uma janela de informação que se abre em um site ou rede social que acessa. Será preciso determinar quais dados serão obtidos do consumidor, em que momento, de que forma, com qual finalidade específica e o prazo em que deverão ser utilizados. Não se trata de um simples consentimento genérico", explica Saavedra.

Há outro ponto que demanda atenção tanto das empresas quanto dos operadores de Direito que irão atuar na área. A falta de entendimentos judiciais anteriores que possam balizar ou ao menos permitir que se tenha uma expectativa quanto à aplicação da LGPD nos casos concretos.

"A lei diz que as punições não se aplicam ao tratamento de dados pessoais realizado por pessoa natural para fins exclusivamente particulares e não econômicos, por exemplo. No entanto, é muito delicado definir quando há legítimo interesse de uma empresa para usar um determinado banco de dados pessoais, dado que a legitimidade para esse uso sempre será passível de discussão judicial. Por ser algo novo, obviamente ainda não há jurisprudência sobre o assunto, então não podemos assegurar que os resultados de uma ação judicial serão A ou B", complementa.

Sem saber efetivamente quais serão os entendimentos dos tribunais pelo País em relação ao uso adequado dos dados, as empresas devem adotar a cautela e a precaução como mandamentos nesse momento. Consultorias jurídicas podem ser procuradas para auxiliar aqueles que desejam já neste ano preparar suas atividades com segurança para 2021, antecipando-se à provável vigência da lei.

Importante ressaltar, entretanto, que esse procedimento de consultoria poderá resultar na recomendação de contratar ou designar profissionais para lidar especificamente com o tratamento de dados. Ou seja, custo. Um custo necessário para este momento, já que poderá evitar diversos prejuízos quando a lei efetivamente entrar em vigor.

Um dos primeiros procedimentos é identificar as áreas da empresa em que há tratamentos de dados. Por meio da orientação jurídica, após determinar quais dados são utilizados pela empresa, será possível envolver colaboradores e gestores no processo de qualificar os dados. Ou seja, após entender quais são os dados utilizados, verificar qual a importância destes para o negócio. Assim, compreender os objetivos de sua utilização e as necessidades que derivam do processo de adaptação à lei.

Também é possível entender de que forma os dados são capturados pela empresa. Dessa forma, compreende-se também qual é o nível de consentimento dos usuários que fornecem os dados. Somente após um levantamento completo, a empresa consegue efetivamente entender o tamanho de seu problema e também as oportunidades contempladas por seu negócio. A meta da LGPD não é falir empresas, mas proteger usuários que até então não sabem quais dados são coletados em seu dia a dia, qual a finalidade dessa coleta, bem como qual a extensão de sua privacidade que foi afetada.

Será necessário desenvolver e implementar mudanças em processos que certamente são considerados tradicionais

na empresa. As mudanças naturalmente trarão resistência, e por isso é importante que existam determinados profissionais dedicados exclusivamente a este processo de adaptação à LGPD. É importante buscar também ferramentas que facilitem esse processo de identificação e qualificação dos dados capturados.

"É um assunto que demanda estudo e cautela. As empresas devem buscar profissionais qualificados para receber orientação sobre como proceder em relação a dados que já possuem e dados que deverão coletar na dinâmica de seus negócios", avalia o advogado.

Com base nas orientações do especialista, é possível identificar uma armadilha clara para as empresas do setor automotivo em meio à implementação da LGPD. São tantas e tamanhas as dificuldades trazidas pela pandemia de Covid-19 (não só no Brasil, mas no mundo) que as consequências e os efeitos da lei parecem algo muito distantes. Ainda que entre em vigor em agosto de 2020, as punições só estão previstas para 2021, e, no clássico jeito brasileiro de deixar para depois, muitos empresários mantêm o assunto em segundo plano. Algo a ser pensado após a pandemia. Como o problema de saúde mundial não tem data certa para acabar, há um risco concreto de que diversas empresas somente se atentem aos riscos que podem enfrentar quando for tarde demais para evitar punições.

Assim, uma das principais orientações de Saavedra para as empresas do setor é tratar do tema já neste momento. Inclusive, aproveitando uma época de menor movimento e demandas inferiores para explorar soluções para um problema que está mais próximo do que muitos imaginam.

"A principal recomendação nesse momento é não deixar para depois. Ainda que o cenário atual traga perspectiva de vigência apenas em 2021, isso pode mudar completamente em agosto. Quem não estiver preparado, correrá sérios riscos de sofrer punições que certamente poderão inviabilizar a continuidade de seus negócios."

Há ainda um outro ponto que poucos estão considerando. Diante de uma necessidade que atingirá a todos, há quem conseguirá tirar proveito da situação e explorar esse processo de adaptação como algo benéfico voltado ao consumidor. Ou seja, explorarão a ideia de que a empresa "saiu na frente", mesmo antes da vigência da lei, priorizando a privacidade do consumidor e a transparência na captura e no tratamento destinados aos dados. Em meio a uma crise, quem souber se preparar e identificar formas de se diferenciar no mercado, certamente sobreviverá também às novas exigências jurídicas do contexto brasileiro.

Giovani Agostini Saavedra,
sócio do escritório Saavedra & Gottschefksy – Sociedade de Advogados e professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

 Por: Thassio Borges

Como rever as condições contratuais em decorrência da pandemia da Covid-19

Com o aumento expressivo de casos e a instauração do regime de calamidade pública que vivemos atualmente por conta da pandemia causada pelo vírus da Covid-19, tiveram, magistrados e auxiliares da justiça, que se deparar com uma situação atípica jamais vista anteriormente.

As mais variadas relações jurídicas anteriormente amparadas pelos contratos foram afetadas pelo regime de quarentena decretado no País. O fechamento de comércio e escolas, as demissões em massa e o desamparo aos trabalhadores informais causaram um aumento expressivo de ações judiciais com o objetivo de obterem um amparo do estado-juiz.

O Poder Judiciário, preferencialmente, optará pela não intervenção nas relações privadas, isso como consequência de uma evolução histórico-social.

Na prática, significa que, para alterar um contrato, o Estado precisará de elementos robustos de que esta relação deixou de atender uma função social e passou a ser prejudicial com eventual enriquecimento ilícito de uma parte.

A revisão dependerá da análise da situação e se, com a crise causada especificamente pelo coronavírus, houve impacto econômico negativo que prejudicou a ponto de não conseguir cumprir com suas obrigações contratuais.

Esta análise é necessária em razão do risco de pessoas genericamente alegarem danos e deixarem de cumprir suas obrigações contratuais, atuando o Poder Judiciário no sopesamento dos direitos e deveres de ambos os lados da relação jurídica.

É importante ressaltar que a simples alegação de dificuldades financeiras causada pelo coronavírus não pode ser motivo de alteração ou revisão contratual, conforme entendimento mais recente dos Tribunais.

Exemplo disso são as relações locatícias comerciais, especial daquelas situadas em shoppings e em grandes centros comerciais, em que se depararam impossibilitados de adimplir suas obrigações.

A força vinculante dos contratos prevalece mesmo em tempos de pandemia e aquele que se sentir lesado ou prejudicado precisa comprovar o dano efetivamente sofrido.

No caso do comércio em geral, a não ser que a loja tenha um departamento de vendas on-line, o que poderá ser alegado como matéria de defesa em eventual ação revisional, esta estará de fato impossibilitada de cumprir tais obrigações em sua forma integral.

Apesar disso, a revisão que prevê o abatimento total dos aluguéis no período acaba beneficiando o locatário, que ganhará o fôlego necessário para se recuperar, e prejudicando o locador, que também necessita dos recebimentos. A melhor opção sempre será encontrar o meio termo que atenderá à necessidade de ambas as partes.

Lembrando que as obrigações contratuais não deixam de existir com a renegociação de termos contratuais. Sendo vigente e válido o contrato, eventuais parcelas renegociadas ou isentadas permanecem devidas, por isso a necessária análise do Poder Judiciário em cada caso, para que, no futuro pós-pandemia, estes contratos permaneçam válidos e exerçam a sua função social.

O que acontece com esta situação atípica e que deve ser considerada em toda relação jurídico-contratual é que há um princípio norteador chamado força obrigatória, princípio já conhecido pelos operadores do Direito. Significa que o Poder Judiciário não se preza a desfazer uma relação jurídico-negocial perfeita a não ser que haja fortes indícios de invalidade sob pena de intervir indevidamente o Estado na esfera privada.

Quando isso acontece, se provada a necessidade de revisão contratual, há vários caminhos. Um deles é a **teoria da imprevisão** aplicada aos contratos quando um ou mais integrantes de uma relação se veem afetados por eventos impeditivos ou modificativos no cumprimento das obrigações pactuadas.

Significa que um contrato de longa permanência em que as partes se comprometem a prestar um serviço ou efetuar pagamentos de forma reiterada poderá ser reanalisado se, de forma repentina, houver um desequilíbrio ou até mesmo o rompimento do contrato, desde que ocorra por fatos alheios à vontade das partes.

A **teoria da imprevisão** não é aplicada quando incide um impedimento de foro íntimo das partes e, sim, quando um evento externo é causador do desequilíbrio, em outras palavras, meras alegações de desemprego repentino e dificuldades econômico-financeiras não são ensejadoras de revisão contratual perante o Poder Judiciário.

O **caso fortuito ou força maior** comumente abrange eventos da natureza e atos humanos dos quais não se poderão prever como e quando ocorrerão. Este tipo de revisão deverá ser baseado na ausência de nexo de causalidade entre as partes e o fato ocorrido. Inundações provenientes de fortes chuvas, desabamentos, quedas de árvores, entre outros, poderão ser considerados eventos de **força maior**.

No caso em concreto, será avaliada a contribuição da parte para o evento danoso e se esta possuía condições de prever ou impedir o fato ocorrido. Se ausente o nexo de causalidade entre um e outro, poderá obter uma tutela satisfatória do Estado.

O artigo 478 do Código Civil prevê que, em contratos de execução continuada ou diferida, se a prestação de uma das partes se tornar excessivamente onerosa, com extrema vantagem para a outra em virtude de acontecimentos extraordinários e imprevisíveis, poderá o devedor pedir a revisão do contrato. Os efeitos da sentença que a decretar retroagirão à data da citação.

O dispositivo de lei estabelece que a revisão por **onerosidade excessiva** só poderá ser utilizada quando o benefício econômico adquirido por uma das partes se tornar de difícil cumprimento para um e extremamente benéfico para o outro.

Por exemplo, um contrato de compra e venda internacional em que as partes negociam pagamentos de acordo com o fechamento do dólar em repentina queda da bolsa de valores passa a valer muito menos que em comparação com o real.

A situação acima causará extrema desvantagem financeira ao credor, que passará a receber valores menores do que inicialmente previstos, e o devedor, que se beneficiará com tais repasses. Note que para este fato não há nexo de causalidade entre o comportamento das partes e a queda da bolsa de valores, tendo se tornado a obrigação desequilibrada contratualmente por fato alheio à vontade das partes.

O **fato do príncipe** é comumente aplicado nas revisões de contratos administrativos e não deve ser confundido com os institutos acima apresentados. O **fato do príncipe** é a ação do Estado que gerou desequilíbrio em um contrato celebrado perante a administração pública.

Isso pode ser aplicado quando a empresa vencedora de uma licitação se depara com a alteração do Código Tributário Nacional na vigência de seu contrato, tendo ainda sido alterada e majorada as alíquotas de impostos sobre serviços e impostos sobre circulação de mercadorias e serviços.

Quando uma empresa passa a ter um aumento considerável em sua carga tributária que lhe dificulta em adimplir com o contrato sem que isso lhe cause prejuízos. Nesse caso, é aplicável a teoria do **fato do príncipe** na revisão contratual dada a exclusiva responsabilidade do Estado, não podendo intervir ou optar em nada com essa ação a empresa prejudicada.

Informações jurídicas dos advogados Giovana Casella e Marcelo Jordão Di Chiacchio. Escritório RDC – Ribeiro, Di Chiacchio Sociedade de Advogados.

DISPONIBILIDADE E ATENDIMENTO PERSONALIZADO: *ESTE É O JEITO ROLES DE ATENDER VOCÊ.*

Na Roles, a solução da sua demanda tem início em um atendimento de agilidade, cordialidade e disponibilidade. Nossa equipe trabalha diariamente para oferecer à sua loja o que ela precisa no ritmo que o mercado pede. É assim que atendemos você: com a atenção que estreita relações e com produtos que impulsionam o seu negócio.

***JUNTOS* FAZEMOS MELHOR**

authomix MONROE AXIOS BROSOL CORREO cofap Controil DAYCO Delphi Technologies DRIVEWAY FAG FRAM FRASLE FREMAX CONTELCO

ROLES
AUTOPEÇAS

ROLES.COM.BR

FACEBOOK.COM/ROLESAUTOPECAS

ROLESB2B.CARCENTRAL.COM.BR

MALOWAY INA LOCTITE LUK MAGNETI MARELLI MAHLE NAKATA NGK PHILIPS SACHS SPICER TIMKEN TRW URBA Valeo VARGA VDO WIX

IQA amplia conceito do AutoRetorno

• Mais amplo e abrangente, o AutoRetorno passa a ser aplicado em qualquer situação que envolva retomada da produção ou atividades após uma situação de interrupção.

• O Certificado AutoRetorno é obtido após uma avaliação presencial ou remota na organização, dependendo de suas condições específicas, com uso de um aplicativo de auditoria com interface IQA/Cliente.

• Certificação de produtos, treinamentos, auditorias e outros serviços também apoiam as organizações para retomada segura e eficaz de suas atividades, além de viabilizar o uso público da marca AutoRetorno.

São Paulo, 16 de julho de 2020 – O recém-lançado Programa AutoRetorno, do IQA – Instituto da Qualidade Automotiva - , ganha novo conceito, mais amplo e abrangente, com o objetivo de auxiliar empresas do setor automotivo na retomada da produção ou atividade, para qualquer situação de interrupção temporária do processo produtivo, como uma mudança ou reforma das instalações, retorno de férias, entre outras.

"Após lançar o programa AutoRetorno percebemos uma nova e imediata demanda de mercado, de empresas do setor automotivo com diversas necessidades diferentes para a retomada das atividades", afirma Alexandre Xavier, superintendente do IQA. "Assim, ampliamos o conceito do AutoRetorno, que passa a ser um 'guarda-chuva' de vários serviços voltados para a retomada de atuação, total ou parcial, das organizações", afirma Xavier.

Entre os serviços do AutoRetorno estão a certificação de sistemas, produtos e serviços automotivos, treinamentos presenciais e on-line, publicações e serviços laboratoriais. "Todos os serviços AutoRetorno são voltados para otimizar também a eficácia do processo produtivo no período de retorno das atividades, que é mais crítico e por isso necessita de atenção especial – sem nunca descuidar das atuais diretrizes de saúde e segurança para colaboradores e clientes", diz Xavier.

Eficácia

Assim, o AutoRetorno disponibiliza os recursos de todas as áreas do IQA para identificar e abordar os pontos críticos do processo, conduzir o processo através de um guia de boas práticas, assegurar a competência de pessoal, monitoramento e todas as certificações necessárias (compulsórias ou não) de sistemas, produtos ou serviços, apoio em treinamentos e análises laboratoriais.

"Todo retorno de produção ou atividade requer atenção especial e planejamento para obtenção da qualidade total no resultado final, sem desperdícios, nem surpresas desagradáveis", afirma Xavier, ao comentar que, dependendo da necessidade da empresa, o atendimento do IQA pode combinar diferentes módulos, incluindo os referentes à Saúde e Segurança, todos alinhados com o programa para o retorno seguro das atividades durante a pandemia da Covid-19.

Saúde e Segurança

O retorno às atividades durante a pandemia da Covid-19 deve ser cauteloso. Por este motivo o IQA firmou parceria com a área de Consultoria em Saúde do Hospital Sírio-Libanês, para suportar todas as questões de melhores práticas relacionadas à medicina e à saúde das pessoas.

Esta área do Sírio-Libanês tem o objetivo de desenvolver projetos em saúde para organizações públicas e privadas, cumprindo o propósito fundamental da instituição que é Conviver e Compartilhar.

O Sírio-Libanês apoiará também em treinamentos e capacitação de pessoal sobre medidas preventivas contra a Covid-19, programa de saúde corporativa, telemedicina, medicina diagnóstica e testes laboratoriais.

Selo AutoRetorno

Assim, para qualquer necessidade de retomada de produção ou atividade, o AutoRetorno contempla entre suas possibilidades uma certificação voluntária, que leva em consideração os requisitos essenciais para o reinício dos processos produtivos, de forma a manter a integridade das operações, qualidade do produto, desde o seu planejamento, produção, controle e inspeção e embarque ao cliente.

O Certificado AutoRetorno é obtido após aavaliações, presenciais e remotas, da organização, com uso de um aplicativo de auditoria com interface IQA/Cliente. Ao obter resultado positivo na avaliação, será emitido um Certificado de Conformidade para a organização e o direito de uso do Selo de Certificação AutoRetorno de forma a obter a confiança de colaboradores, clientes e sociedade.

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.

Por: Jarbas Ávila

A 29ª EDIÇÃO DA AUTOPROMOTEC BOLONHA/ITÁLIA, MUDOU DE DATA.

AGORA A MOSTRA SERÁ REALIZADA EM MAIO DE 2022.

A AUTOPROMOTEC, feira Bienal Internacional, especializada em produtos para o aftermarket automotivo, face às mudanças impostas pela pandemia que assolou todo o globo, anunciou neste mês de julho a decisão de postergar a 29ª edição da feira para os dias 25 a 28 de maio de 2022 .

Após uma profunda análise, a organização da feira, sediada no coração do Motor Valley, e que vem reunindo os principais grupos do pós-venda automotivo por mais de 50 anos, tomou esta importante decisão, face à delicada situação econômica e sanitária ocorrida a nível global pela pandemia do coronavírus, tendo como principal objetivo o resguardo e proteção de suas quase 1700 empresas expositoras, das quais, a expressiva parcela da ordem de 43%, são estrangeiras (dados da edição de 2019).

Segundo estudos, identificados por muitos analistas, o adiamento para 2022, teria o benefício da recuperação econômica e permitiria às empresas investir seus recursos financeiros em um momento "mais adequado", podendo assim maximizar as oportunidades de negócios, que sempre foi o ponto forte da exposição de Bolonha.

Após este adiamento, a mostra passará a ser apresentada, bienalmente, nos anos pares.

A pandemia da COVID-19, continua, neste momento , ainda registrando altas taxas de contágio e severas limitações às viagens internacionais, conforme constata Renzo Servadei, CEO da Autopromotec: "Um planejamento adequado da parte de todos os atores do setor é crucial para criar um evento de alto nível, mas as incertezas relacionadas às medidas para lidar com a crise sanitária dificulta a atuação nacional e internacional de expositores e visitantes que necessitam planejar suas viagens de negócios com bastante antecedência "

"Os formulários de pré-registro recebidos das empresas expositoras até agora, no entanto, são consistentes com as edições anteriores ", continua Servadei - "Para acompanhar o setor até 2022, a Autopromotec está trabalhando em um projeto digital que, em maio de 2021, apoiará empresas com vistas ao reinício total de suas atividades, mantendo-os em contato com o mercado global ".

Por: Thassio Borges

Conheça a filosofia Lean e diminua os gastos da sua empresa

A filosofia Lean, ou o Lean Thinking, significa ter uma empresa e mentalidade enxutas. Esse modelo de gestão empresarial nasceu do Sistema Toyota de Produção, desenvolvido no Japão pela indústria automobilística no fim dos anos 1940. Ele aumenta a produtividade e a eficiência, e é baseado em dois pilares: melhoria contínua e respeito pelas pessoas.

Para que a equação "lucro = faturamento - gastos" seja positiva, é necessário que o faturamento seja maior que os gastos da empresa.

Observando custos

Para que a equação "lucro = faturamento - gastos" seja

positiva, é necessário que o faturamento seja maior que os gastos da empresa.

E, se está difícil aumentar o faturamento, a saída é trabalhar o terceiro elemento da equação: os gastos, ou seja, os custos e as despesas (matérias-primas, insumos, energia elétrica, salários, encargos e materiais de escritório, por exemplo).

Se os gastos diminuírem, ainda que o faturamento se mantenha, o lucro aumentará. Contudo, é preciso fazer isso com muita atenção e estratégia.

Decisões aleatórias, como cortes de pessoal e diminuição na qualidade do produto, podem até reduzir custos – assim como pressionar fornecedores nas condições de pagamento e margem –, mas elas provavelmente impactam também na entrega de valor ao cliente. E de maneira negativa, resultando em queda do faturamento.

Sete desperdícios

A mentalidade do Lean Thinking identificou sete desperdícios da produção:

1) **Defeitos**
2) **Excesso de produção**
3) **Espera**
4) **Transporte**
5) **Movimentação**
6) **Processamento**
7) **Estoque.**

Embora esses desperdícios tenham sido identificados na produção de automóveis, eles valem para outros tipos de negócios. A filosofia Lean pode transformar sensivelmente a realidade dos pequenos negócios. Ela cria oportunidades para a melhoria da gestão, além de aumentar e fortalecer o comprometimento de seus profissionais.

A identificação dos desperdícios é o primeiro passo para implantar a mentalidade de empresa enxuta no pequeno negócio.

Ferramentas

Para ajudá-lo a implantar o Lean no seu negócio, trouxemos algumas ferramentas que auxiliarão nesse processo.

Inspirado no conceito Lean, o americano Eric Ries passou os últimos anos combinando ideias de marketing, tecnologia e gestão e criou o termo "Lean Startup", que ajuda a desenvolver produtos ou serviços verdadeiramente novos sempre com foco em evitar o desperdício.

Além disso, para apoiar os pequenos negócios nesse tema, o Sebrae desenvolveu a publicação "Enxugue sua empresa e lucre mais: sete dicas para eliminar desperdícios e entregar mais valor ao seu cliente". Acesse em: https://bit.ly/2BdzjVb. O objetivo do material é oferecer dicas e informações sobre a busca de mais rentabilidade.

Além disso, a mesma publicação está disponível com casos direcionados para três outros segmentos:

- Serviços automotivos: *https://bit.ly/3hhB7f4*

- Saúde: *https://bit.ly/2WAEAh8*

- Alimentação fora do lar: *https://bit.ly/3eIv1mD*

Artigo publicado no Portal Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). Confira mais em http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae.

TÁ NA HORA DE DAR UM UP NOS SEUS BRINDES

CONHEÇA O MAIS NOVO MUNDO DOS BRAND!

+ DE 1000 PRODUTOS PARA A SUA EMPRESA

51008

70055

50025

13038

86073

71001

62029

brand brindes

11 2600-1022

brandbrindes.com.br

comercial@brandbrindes.com.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

 Por: Thassio Borges

Dana comemora 73 anos de atuação no Brasil

Fabricante investe na eficiência operacional e no fortalecimento do relacionamento e a solidariedade

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=PFkZRTEetrg

Em meio aos desafios da indústria automobilística brasileira de retomada das atividades com segurança e eficiência, a Dana celebra, no dia 10 de julho, 73 anos de atividades no Brasil. A fabricante tem focado suas ações na segurança de suas pessoas, no fortalecimento de parcerias com os clientes, na excelência operacional e no apoio aos colaboradores, seus familiares e às comunidades onde possui unidades fabris.

"Mesmo neste ambiente volátil e de incerteza gerado pela Covid-19, é importante celebrarmos mais um ano de presença nos mercados brasileiro e latino-americano, no qual atuamos desde antes do surgimento da indústria automotiva brasileira", enfatiza Raul Germany, presidente da Dana para o Brasil. Para o executivo, o momento é delicado e requer comprometimento e dedicação de todos para a superação dos desafios e continuidade dos negócios com excelência operacional, qualidade e eficiência, mas sem descuidar da segurança, saúde e do bem-estar dos colaboradores e das comunidades próximas.

Em 2020, a Dana alcançou importantes conquistas que demonstram o padrão internacional de qualidade que os produtos fabricados no Brasil possuem e destacam o nível de parceria com os clientes, as principais montadoras da região e também o mercado de reposição. "A seriedade com que buscamos a excelência tem sido reconhecida por nossos parceiros e pelo mercado, o que nos motiva e inspira a nos empenharmos ainda mais nesta jornada", afirma Raul Germany.

Apoio à comunidade no combate à Covid-19

Como forma de apoio às comunidades próximas às unidades da empresa e contando com a participação determinante de seus colaboradores, a Dana vem desenvolvendo diferentes programas e ações que, somente no mês passado, arrecadou quase 9 mil quilos de alimentos com a doação de 500 cestas básicas e 350 kits de higiene. Essas ações fazem parte da campanha de doação de alimentos.

Desde o início da pandemia, a Dana já realizou diversas ações, como a entrega de mais de 6.500 máscaras para as famílias dos colaboradores e de marmitas nas comunidades próximas às operações da empresa. Além disso, criou grupos de doadores de sangue – com a mobilização de mais de 100 doadores em todo o Brasil – um dos muitos serviços humanitários que estão sendo atingidos e prejudicados com o colapso generalizado resultante da pandemia e do isolamento social.

Sobre a Dana

A Dana é líder mundial no fornecimento de sistemas de transmissão, vedação e gerenciamento térmico de alta tecnologia que melhoram a eficiência e o desempenho de veículos e máquinas. Para facilitar a propulsão de veículos convencionais, híbridos e elétricos, a Dana produz sistemas críticos de acionamento e movimento; tecnologias eletrodinâmicas e de energia, e soluções térmicas, de vedação e digitais.

Fundada em 1904, com sede em Maumee, em Ohio, nos Estados Unidos, a empresa emprega mais de 36 mil pessoas em 33 países e seis continentes que se dedicam a entregar valor para seus clientes em relações de longo prazo, incluindo praticamente todos os fabricantes de veículos do mundo. Registrou em 2019 vendas de aproximadamente US$ 8,6 bilhões. Com uma cultura de alto desempenho focada nas pessoas, é reconhecida como uma das maiores empresas do mundo para trabalhar.

Na América do Sul, tem operações na Argentina, no Brasil, na Colômbia e no Equador que empregam cerca de 5 mil pessoas. No Brasil, tem operações em Gravataí (RS) e em Campinas, Jundiaí, Limeira e Sorocaba (SP). O endereço da Dana na internet é http://www.dana.com.br.

Por: Jarbas Ávila

A 16ª edição da Automechanika – Shanghai – 2020 reabre o comércio do aftermarket ao mercado global

Liderando a volta da realização das grandes feiras mundiais ao mercado global, a 16ª edição da Automechanika Shanghai – 2020 – Feira Internacional para Fornecedores de Peças, Equipamentos e Serviços, organizada pela Messe Frankfurt –, comemora não só a volta à normalidade do comércio mundial, mas também a volta à normalidade da vida cotidiana de toda a população mundial.

Apesar de ainda haver alguns focos de contaminação pela Covid-19 em alguns países, ela já dá sinais de estar diminuindo em todo o mundo, e é esperado que daqui a 4 meses, por ocasião da realização da feira, que acontecerá de 2 a 5 de dezembro, já esteja totalmente erradicada.

Estão sendo esperados cerca de 6.650 expositores que dividirão os 366.000 m² do pavilhão de exposições, e a atenção desta edição da feira estará voltada para a "Navegação de um Ecossistema Automotivo Dinâmico".

O mundo todo está evoluindo muito rapidamente, o que tem levado também à evolução das tecnologias exigidas para atender a diferentes usos dos novos costumes adquiridos ou imaginados pelos futuros usuários.

Em outras palavras, o homem não está mais querendo "se adaptar" aos equipamentos existentes e, sim, exigindo que os "equipamentos se adaptem a ele" (tailor made) de maneira mais ergonômica, pessoal e inteligente.

Assim sendo, e para suprir essa demanda, a organização da feira está promovendo a realização de eventos adicionais, onde deverão ser discutidas as novas tendências globais por toda a cadeia de suprimentos.

O mundo não parou de girar, nem de evoluir! Acompanhe a evolução! Participe da Automechanika Shanghai – 2020.

automechanika
SHANGHAI

REIFEN
LICENSED BY MESSE ESSEN

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

Navigating a dynamic automotive ecosystem

2 – 5.12.2020

National Exhibition and Convention Center (Shanghai), China

www.automechanika-shanghai.com

Book your stand now!

中机国际 SINOMACHINT

messe frankfurt

ERIK PENNA

ESTRATÉGIAS DE MARKETING E VENDAS

Cinco condutas assertivas do vendedor contemporâneo

"Se você não cuidar do seu cliente, o seu concorrente irá." (Bob Hooey)

foto: Davi Rodrigues

O Dia do Vendedor é celebrado no Brasil em 1º de outubro. Por sinal, a profissão de vendas é uma das mais antigas da humanidade e, acredite, ainda há vendedores que agem como se estivessem na antiguidade.

Trabalhei com centenas de vendedores, ensinei e aprendi muito com eles e afirmo que qualquer pessoa que tenha força de vontade, coragem, persistência e algumas técnicas pode se dar bem no mundo das vendas. Certa vez, atuei com um vendedor espetacular, ele até ganhou prêmio de melhor vendedor na empresa. Me lembro que, na entrevista de admissão, ele disse que sua única experiência profissional era como motorista na marinha.

Reparei que os vendedores que se destacam pela alta performance possuem alguns pontos em comum e que normalmente precisam:

1- Gostar, gostar e gostar de pessoas – É imprescindível gostar de gente, de ajudar e inspirar as pessoas, de se relacionar levando soluções e ideias que melhorem a vida dos clientes. É preciso gostar do produto que vende e conhecer bem o que vai oferecer, afinal, ninguém ama aquilo que não conhece.

2- Perguntar, perguntar e perguntar – Saber perguntar para entender e só depois atender a real necessidade do cliente é a forma mais efetiva de proceder.

Alguns vendedores não se sentem à vontade para fazer perguntas e alegam que os clientes não apreciam esta prática. De fato, algumas pessoas não gostam de ser questionadas, mas duas dicas podem resolver isso:

a) pergunte em tom de bate-papo e não de interrogatório;

b) justifique as perguntas, ou seja, avise o cliente que fará algumas questões para conseguir entender melhor a necessidade dele e, de acordo com as respostas, você poderá buscar a melhor opção e condição monetária. Pronto! Sabendo disso, muitos clientes sentirão que serão beneficiados e responderão bem mais motivados.

3- Escutar, escutar e escutar – Escutar mais e falar menos. Com o passar do tempo, o profissional de vendas que atua com excelência evoluiu e aprendeu que não adianta mais falar, falar, falar e vencer o cliente pelo cansaço ou com alguma mentira. Ele precisa dizer a verdade e escutar para descobrir a melhor sugestão para apresentar.

O mercado no passado valorizava o vendedor que falava bastante, mas hoje isso mudou. Diversas empresas preferem o vendedor introvertido, aquele que fala menos, mas escuta atentamente e responde de forma assertiva. O falastrão que engana os clientes para vender a qualquer custo está fadado ao fracasso, pois o peixe morre pela boca.

4- Treinar, treinar e treinar – Treinar continuamente. Antigamente, um vendedor fazia meia dúzia de cursos e, com algum tempo de trabalho, já se apresentava como um expert das vendas.

Segundo a ABTD (Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento), as organizações brasileiras vêm investindo cada vez mais na qualificação dos colaboradores, mas, para se ter uma ideia do quanto precisa melhorar, o estudo ainda revela que o Brasil treina por ano 16,6 horas/colaborador, enquanto os Estados Unidos treina 31,5 horas/colaborador, quase o dobro.

O treinamento já é o terceiro fator mais valorizado na hora de reter talentos nas organizações, é o que revela pesquisa da Panorama RH 2016, da Mercer.

Hoje, quando realizo palestras motivacionais e treinamentos de vendas em diversas empresas e entidades por todo o Brasil, percebo que o nível de interesse por parte do funcionário com a capacitação aumentou consideravelmente, afinal, quem acha que sabe tudo na verdade não sabe nada.

5- Superar, superar e superar – Superar as metas, pois elas existem para serem ultrapassadas. Walt Disney disse certa vez: "A diferença entre ganhar e perder é muitas vezes...não desistir". Mas você já reparou como as pessoas desistem facilmente das metas quando elas começam a ficar difíceis? Meta fácil qualquer um bate, mas para metas difíceis chame um campeão, pois ele é incansável, corajoso, persistente e só sossega quando atinge seu objetivo. O ser humano tende a ficar na zona de conforto, mas os grandes vitoriosos fogem desta cilada mortal e buscam sempre novos desafios.

Quer distinguir um vencedor de um perdedor? É fácil, pergunte o motivo do seu insucesso. Os medíocres fogem da responsabilidade e atrelam seu insucesso a algum fator externo, já os verdadeiros campeões olham para dentro de si e buscam internamente uma forma de aprimorar e vencer. E, assim, encaram suas dificuldades com persistência e resiliência, superam suas adversidades com disciplina e foco, conquistam suas metas e, não por acaso, chegam merecidamente ao topo.

Erik Penna é palestrante, especialista em vendas e motivação, autor de 5 livros e mais de 1.000 palestras realizadas. É possível saber mais sobre motivação e vendas em: www.erikpenna.com.br.

Números do setor automotivo

LICENCIAMENTO DE AUTOVEÍCULOS NOVOS NACIONAIS

O índice relativo ao licenciamento de autoveículos novos nacionais registra uma percepção que já era notada na indústria na transição do primeiro para o segundo semestre. Os números foram muito ruins em abril, registrando o pior momento do ano. Mas teve início uma leve recuperação a partir da flexibilização do isolamento em algumas das maiores capitais brasileiras.
Em junho, foram cerca de 116 mil unidades de autoveículos novos licenciados, quase três vezes mais do que o resultado de abril. Ainda assim, o índice não se compara ao obtido no segundo semestre de 2019, por exemplo, quando os licenciamentos mensais superaram sempre a marca de 200 mil unidades.

Unidades	2020			2019		VARIAÇÕES PERCENTUAIS		
	JUN A	MAI B	JAN-JUN C	JUN D	JAN-JUN E	A/B	A/D	C/E
Total	115.725	52.396	713.029	200.479	1.164.857	120,9	-42,3	-38,8
Veículos leves	106.137	47.137	671.160	191.499	1.109.970	125,2	-44,6	-39,5
Automóveis	92.066	39.275	584.591	167.735	978.282	134,4	-45,1	-40,2
Comerciais leves	14.071	7.862	86.569	23.764	131.688	79,0	-40,8	-34,3
Caminhões	8.519	4.593	36.153	7.465	45.268	85,5	14,1	-20,1
Semileves	94	41	357	130	1.143	129,3	-27,7	-68,8
Leves	818	487	3.872	763	5.387	68,0	7,2	-28,1
Médios	890	455	3.521	795	4.669	95,6	11,9	-24,6
Semipesados	2.101	1.296	9.388	1.702	10.034	62,1	23,4	-6,4
Pesados	4.616	2.314	19.015	4.075	24.035	99,5	13,3	-20,9
Ônibus	1.069	666	5.716	1.515	9.619	60,5	-29,4	-40,6

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	52,4	115,7							544,9

Fonte: Renavam/Denatran.

PRODUÇÃO DE AUTOVEÍCULOS MONTADOS

Na produção de autoveículos montados, os resultados também evidenciam a flexibilização do isolamento social em algumas metrópoles brasileiras. A quantidade de unidades produzidas em junho foi mais que o dobro da registrada em maio. Quando se leva em consideração o pior momento do ano, em abril (com 1,8 mil unidades), a diferença mensal é ainda mais expressiva. As comparações com o ano anterior ainda demonstram o impacto que a pandemia representa para a produção automotiva brasileira, mas ao menos os resultados mensais indicam uma leve recuperação da indústria. O desempenho de junho está baseado principalmente na produção de veículos leves, essencialmente automóveis.

Unidades	2020			2019		VARIAÇÕES PERCENTUAIS		
	JUN A	MAI B	JAN/JUN C	JUN D	JAN-JUN E	A/B	A/D	C/E
Total	98.708	43.080	729.527	233.150	1.474.305	129,1	-57,7	-50,5
Veículos leves	91.732	37.807	685.799	220.782	1.404.845	142,6	-58,5	-51,2
Automóveis	71.231	29.603	594.068	190.859	1.233.655	140,6	-62,7	-51,8
Comerciais leves	20.501	8.204	91.731	29.923	171.190	149,9	-31,5	-46,4
Caminhões	5.634	4.054	34.797	9.993	55.396	39,0	-43,6	-37,2
Semileves	40	27	328	107	526	48,1	-62,6	-37,6
Leves	803	456	5.372	1.461	9.066	76,1	-45,0	-40,7
Médios	199	142	1.292	689	2.761	40,1	-71,1	-53,2
Semipesados	1.629	1.058	9.246	2.260	12.416	54,0	-27,9	-25,5
Pesados	2.963	2.371	18.559	5.476	30.627	25,0	-45,9	-39,4
Ônibus (Chassis)	1.342	1.219	8.931	2.375	14.064	10,1	-43,5	-36,5
Rodoviário	376	344	1.980	608	3.107	9,3	-38,2	-36,3
Urbano	966	875	6.951	1.767	10.957	10,4	-45,3	-36,6

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	43,1	98,7							587,7

Fonte: Renavam/Denatran.

 Por: Thassio Borges

Ideias fantásticas e reais

Livro do atual CEO da The Walt Disney Company aborda desafios enfrentados pelo executivo em 15 anos de gestão

Em livros de negócios e empreendedorismo, frases do cineasta e produtor Walt Disney são figurinhas carimbadas. De fato, a vida e carreira do norte-americano são dignas de inspiração para pessoas de todo o mundo, principalmente por seu pioneirismo no âmbito de filmes de animação ou desenhos animados.

Ocorre, no entanto, que Walt Disney faleceu em 1966. Dessa forma, suas histórias e frases têm mais de 50 anos de história. Não perdem sua importância, é claro, mas deixam de se conectar com alguns aspectos fundamentais da atualidade.

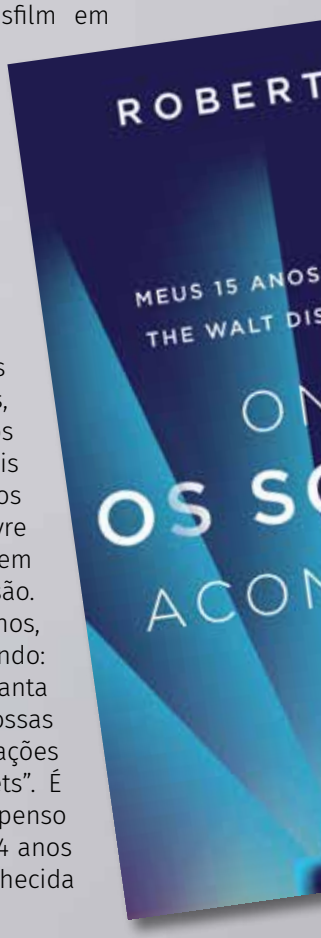
Nesse sentido, chama a atenção o livro ***Onde os Sonhos Acontecem*** (Editora Intrínseca, 304 páginas, R$ 50), escrito pelo executivo Robert Iger, presidente e CEO da The Walt Disney Company. Iger foi nomeado presidente do império norte-americano em 2000 e se tornou presidente-executivo em 2005.

O livro procura exibir sua história e lições de liderança, aprendidas principalmente em seus 15 anos como CEO da empresa. Um dos pontos mais interessantes da obra é ressaltar as demandas naturais da Disney, que geralmente ficam ocultas nas notícias e histórias contadas sobre o grupo.

"A Disney também existe no mundo dos balanços trimestrais, das expectativas dos acionistas e de inúmeras outras obrigações decorrentes da administração de uma empresa que opera em quase todos os países do mundo. Nos dias menos agitados, esse trabalho exige a capacidade de se adaptar e readaptar constantemente. Você vai de traçar a estratégia de crescimento com os investidores a analisar o projeto de uma nova e gigantesca atração de parque temático com a Imagineering; de fazer observações sobre a versão preliminar de um filme a discutir medidas de segurança e a gestão do conselho; de determinar preços de ingressos a definir a escala salarial. Os dias são desafiadores e dinâmicos, mas também são um exercício interminável de compartimentação", explica o executivo no livro.

A história de Iger à frente da empresa é interessante porque ele obteve êxito em ampliar o alcance e faturamento de algo que já era gigante antes de sua gestão. A Disney já era muito influente e poderosa quando o executivo assumiu como presidente-executivo, em 2005. No entanto, passou a sofrer com a natural concorrência de outros players do setor de animação, que ocupavam parte considerável de seu mercado.

Dessa forma, Iger foi o responsável por supervisionar a aquisição da Pixar Animation Studios, um dos principais concorrentes da marca à época, em 2006. Foi também o responsável por conduzir as aquisições da Marvel Entertainment em 2009, da Lucasfilm em 2012 e da 21st Century Fox em 2017. O império ficou ainda maior e conseguiu aglutinar seus principais concorrentes em diversas frentes.



Apesar das dificuldades inerentes ao cargo, Iger ressalta que vê seu trabalho com grande alegria e satisfação. "Fazemos filmes, programas de TV, musicais da Broadway, jogos, fantasias, brinquedos e livros. Construímos parques temáticos e atrações, hotéis e navios de cruzeiro. Organizamos desfiles, eventos e shows ao ar livre todos os dias em nossos 14 parques em todo o mundo. Fabricamos diversão. Mesmo depois de todos esses anos, às vezes ainda me pego pensando: Como isso aconteceu? Como tive tanta sorte? Costumamos chamar as nossas maiores e mais empolgantes atrações em parques temáticos de "E-Tickets". É o que me vem à mente quando penso em meu trabalho: um passeio de 14 anos em uma superatração E-Ticket conhecida como Walt Disney Company", avalia.

Outro importante ponto que o executivo faz questão de ressaltar é o fato de que, mesmo após superar uma grave crise, os líderes precisam estar prontos para algo que pode aparecer no dia seguinte. De acordo com ele, essa é uma verdade que não está relacionada apenas à Disney, mas a qualquer companhia ou instituição.

"Algo sempre aparecerá. Na sua forma mais simples, este livro é sobre ser guiado por um conjunto de princípios que ajudam a nutrir os bons e gerenciar os maus. Eu relutei em escrever por um longo tempo. Até bem recentemente eu até evitava falar publicamente sobre minhas 'regras de liderança' ou qualquer dessas ideias, porque sentia que não havia 'completado a caminhada' até o momento. Depois de 45 anos, no entanto – e especialmente após os últimos 14 –, acredito que tenho ideias que podem ser úteis além da minha própria experiência", afirma.

Com uma leitura fácil e agradável, o livro Onde os Sonhos Acontecem pode render diversos insights tanto para quem está em um cargo, guardadas as proporções, semelhante ao de Iger, mas também para aqueles que desejam crescer na carreira.

"Se você administra uma empresa, gerencia uma equipe ou colabora com outras pessoas em busca de uma meta comum, este livro pode ser útil para você. Minhas experiências desde o primeiro dia foram todas no mundo da mídia e do entretenimento, mas elas me parecem ideias universais: sobre a promoção de riscos e criatividade; sobre a construção de uma cultura de confiança; sobre alimentar uma curiosidade profunda e permanente em si mesmo e inspirar isso nas pessoas ao seu redor; sobre abraçar a mudança em vez de viver em negação; e sobre operar sempre com integridade e honestidade no mundo, mesmo quando isso significa enfrentar coisas difíceis de enfrentar. Essas são abstrações, mas minha esperança é que as histórias e os exemplos que são significativos para mim, ao olhar para o longo arco da minha carreira, os ajudem a se sentirem mais concretos e relacionáveis, não apenas aos aspirantes a CEOs do mundo, mas a qualquer pessoa que queira ter menos medo e mais confiança enquanto navega em sua vida profissional e até pessoal", afirma no livro.

Ainda que você jamais tenha ido à Disney, vale a leitura!

Autor : Robert Iger
Foto: Gavin Bond

MERCADO AUTOMOTIVO

SEU CANAL DE COMUNICAÇÃO COM OS 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 à pandemia de coronavírus, estamos atendendo normalmente nos contatos abaixo

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

comercial@photon.com.br

www.revistamercadoautomotivo.com.br

grupo photon

Resiliência e liderança para o momento atual

Por: ***Luis Norberto Pascoal,***
presidente da Companhia DPaschoal de Participações

Durante este período de transformação, gostaria de reforçar um aspecto importante: a questão da Resiliência. Isso é necessário por conta de várias situações e vários desafios que devemos liderar neste momento – o de construí-la, treiná-la e gerenciá-la em nossa equipe. Essa capacidade requer uma perspectiva diferente: aproveitar cada um com suas competências e sua resiliência natural em prol de um desempenho mais sustentável no futuro.

O conceito é importante nestes dias para podermos trabalhar com o que é desconhecido e imprevisível, mas que tem consequências muito significativas. Desenvolvê-la e gerenciá-la requer mais do que apenas melhorar o que existe. Devemos imaginar novas ideias ou sistemas, como o BrainThon (um programa inovador para desenvolver soluções rápidas e transformadoras) de engenharia reversa, em tudo o que foi positivo, para valorizar a nossa equipe, assim como as ações sistêmicas.

O mundo atual requer um modelo mental de negócios fundamentalmente diferente, que abrace a complexidade, a incerteza, a interdependência, o pensamento sistêmico e uma perspectiva em várias escalas de tempo, principalmente o estudo de cenários, desde o menos desejável, porém, o mais demandante. Somente uma equipe valorizada, reconhecida e motivada conseguirá. Além disso, ela deve lidar com riscos não identificados e considerar as adaptações e transformações que cada um de nós e a nossa empresa devem fazer, entendendo o desafio ambiental, econômico ou sistêmico, e encontrando uma nova visão.

Desafios mais comuns: insistência nas mesmas ideias sem olhar ao redor e não querer ver os fatos, criando um bloqueio que amortece as mudanças necessárias. O bloqueio humano em mudar é conhecido, mas quando torna-se redundante, é perigoso. Ele geralmente nega o quadro que já mostra sinais claros e o debate se torna inócuo, o que pode ser inconsciente. A diversidade de respostas a um novo desafio ajuda os sistemas mentais e gerenciais a entenderem os movimentos, às vezes invisíveis. Melhorar o que está bom sem entender onde a empresa precisa chegar, cega o futuro.

O design organizacional deve oferecer sistemas de conexão humano totalmente integrado, com responsabilidade individual e que coloque ritmo a partir da demanda dos cenários mais prováveis. Por isso, a adaptabilidade é uma importante capacidade de evoluir por tentativa e erro. Requer um nível de abertura mental e diversidade, quase como um laboratório de pesquisa. A prudência envolve precaução e se algo puder acontecer, acabará ocorrendo. Isso exige o desenvolvimento de planos de contingência e testes de estresse para riscos plausíveis com consequências significativas, que podem ser previstos e preparados por meio de planejamentos de cenários.

Com isso, é preciso articular um propósito, ou seja, a maneira pela qual iremos atender os importantes fatores da sociedade, de nossos clientes e fornecedores. Um conceito-chave é a capacidade de preparar recursos humanos para essa empreitada. Somente as organizações que alocam recursos suficientes conseguirão mudar o centro de gravidade de negócios.

A liderança situacional é fundamental e a colaboração responsável será a maior transformação para as companhias aumentarem sua resiliência através da colaboração com outros players. Os ecossistemas de negócios, como plataformas digitais, podem aumentá-la através do acesso a novos recursos, maior flexibilidade e redução do custo fixo de entrada em empresas, no qual os ativos agora podem ser compartilhados. Finalmente, os benefícios da resiliência são visíveis quando a empresa é confrontada com um estresse imprevisto e calmamente se coloca como protagonista atuante.

Schaeffler investe em inovação e criatividade nas ações digitais de Comunicação e Marketing

Ao mesmo tempo em que trabalha na proteção de seus colaboradores durante a pandemia de Covid-19, a Schaeffler tem investido em sua comunicação interna e externa, além das ações de responsabilidade social na comunidade em que está inserida. Assim, a empresa realizou em abril uma doação de um lote de máscaras descartáveis para o GPACI - Grupo de Pesquisa e Assistência ao Câncer Infantil, cujo hospital está localizado na cidade de Sorocaba (SP), também sede da Schaeffler no Brasil. O hospital atende crianças de 48 cidades da região e conta com a ajuda de toda a sociedade para reforçar suas atividades.

Além disso, o lançamento do Aplicativo S+ foi uma das soluções encontradas para esse momento: um jeito rápido e eficiente de manter os colaboradores atualizados e bem informados. Por meio do APP é possível conhecer as ações aplicadas pela empresa, como o uso de máscaras de tecido para todos os empregados, as sinalizações para manter o distanciamento social e orientações para uso seguro do transporte fretado, assim como notícias de RH e comunicações de benefícios da empresa, além de notícias da empresa atualizadas constantemente. "Esse novo contexto exigiu mudanças importantes em muitos aspectos de trabalho, inclusive na comunicação. Foi preciso nos adaptar e colocar em prática novas ideias, como o aplicativo, que facilita o fluxo de informações e reforça os laços entre a empresa e os colaboradores", explica Renata Costa Silva, Gerente de Marketing e Comunicações Schaeffler América do Sul e México.

SCHAEFFLER

ZF desenvolve processo de produção de volantes veiculares e reduz impactos ambientais em Limeira

A ZF, por meio de sua equipe de Engenharia de Manufatura, suportada pela área de Meio Ambiente da unidade de Limeira (SP), viabilizou um novo método sustentável para a produção de volantes veiculares. A solução resultou na redução no descarte de materiais em cerca de 80%, com otimização no uso de materiais.

A diminuição da emissão de gases e de descarte de materiais, além da melhoria de qualidade do produto, passou a ser o grande desafio para a equipe de meio ambiente e de processos envolvida com o novo método de produção. "Em menos de um ano, ao criar uma nova concepção de injeção à vácuo para retirada forçada dos gases resultantes da reação química, foi possível adotar apenas quatro saídas de gás, gerando menos impacto ao meio ambiente e diminuição no descarte de materiais", explica Dasayév Moraes, engenheiro ambiental da ZF. Com apenas quatro saídas de gases, a fabricação dos produtos ficou mais limpa, já que os gases são retirados rapidamente no processo. "Além disso, houve a vantagem em termos de qualidade, pois o volante sai de produção com melhor acabamento, sem falhas de injeção provenientes da reação química. Com o menor índice de descarte possível, a movimentação de caçambas também diminuiu drasticamente no interior da fábrica", complementa Sildson Corrêa, Gerente Sênior de Meio Ambiente, Saúde e Segurança da ZF América do Sul.

Como a manutenção preventiva pode ajudar a economizar combustível

A Nakata chama a atenção para a importância de manter o veículo em boas condições de uso, principalmente com a realização de avaliações periódicas. De acordo com a marca, isso evita o desperdício de combustível e, consequentemente, gastos desnecessários. "Diversos defeitos podem influenciar diretamente no desempenho do veículo e também aumentar o consumo de combustível, como falta de manutenção adequada dos filtros do combustível e ar", afirma Jair Silva, gerente de Qualidade e Serviços da Nakata.

O sistema de suspensão sem manutenção também pode elevar o consumo de combustível, ainda que esteja em bom estado. Isso porque o veículo pode apresentar problemas relacionados à geometria e aumentar o consumo de combustível, além de acelerar o desgaste dos pneus. Excesso de peso e calibração de pneus inadequada também podem gerar prejuízos ao motorista. "Quanto mais peso, maior o esforço para o carro se movimentar. Já se a calibração do pneu estiver abaixo da recomendada, o consumo será mais alto", comenta Silva.

Estetização de faróis e lanternas automotivas infringe a legislação e compromete desempenho

A Arteb aponta os problemas que podem derivar da estetização de faróis e lanternas automotivas. Desde 2017, a partir da Resolução nº 667 do Contran, estão proibidos os procedimentos comuns à estetização de faróis e lanternas, como aplicação de pintura, adesivo, película ou qualquer outro tipo de material não previsto originalmente pelo fabricante. Lâmpadas de potência ou tecnologia diversas da original também não podem ser utilizadas.

Práticas comuns à estetização, como a desmontagem para inserção de LED ou pintura, costumam fragilizar a estrutura do produto à entrada de água, propiciam a soltura e a degradação de componentes internos, impactando no desempenho e reduzindo a vida útil dos itens. Carlos Moura, coordenador de P&D da Arteb, ressalta que o desempenho de faróis e lanternas é fruto de desenvolvimento de um longo processo de engenharia, no qual ferramentas computacionais e requisitos normativos configuram cada aspecto do produto. "São consideradas várias questões neste trabalho, como a determinação das características de cada componente, incluindo dimensões e acabamento. Como resultado, existe configuração específica, da qual a robustez e a durabilidade dependem. Assim, quaisquer alterações na configuração geral comprometem o desempenho seguro e a durabilidade, isentam o fabricante de responsabilidades e colocam os usuários em risco", explica.

Cofap lança novos códigos de cubos de rodas

A Marelli Cofap Aftermarket ampliou sua linha de cubos de rodas com 20 novos códigos que atendem veículos das marcas Audi, Citroën, Chevrolet, Fiat, Ford, Honda, Hyundai, Kia, Nissan, Peugeot, Renault e Volkswagen. Com a inclusão dos itens em seu portfólio, a empresa segue firme em sua estratégia de garantir ao mercado de reposição a maior cobertura da frota nacional. Atualmente, o catálogo de cubos de roda atende cerca de 90% dos veículos que circulam pelas ruas e estradas brasileiras.

Os cubos de roda são responsáveis pela conexão entre os eixos e as rodas dos veículos. Dependendo da posição, dianteira ou traseira, e da configuração do sistema de freios do automóvel, disco ou tambor, os cubos de roda recebem o disco de freio ou o conjunto prato e tambor de freio. E, além desses componentes, recebem também o conjunto rodas e pneus. Para permitir que todo o conjunto gire livremente para o veículo se movimentar, os cubos de roda contêm rolamentos em sua parte interna, que variam em quantidade e configuração, e são essenciais para a sustentação do conjunto. Embora seja um componente resistente e de longa vida útil, alguns fatores podem danificar o cubo de roda, como pancadas fortes geradas por quedas em buracos ou infiltração de água após o veículo trafegar em regiões alagadas.

Motorservice apresenta novos componentes da linha mecatrônica Pierburg para veículos leves

A Motorservice anunciou a ampliação de seu portfólio da linha mecatrônica da Pierburg, com novas bombas no mercado de reposição para veículos leves. Da marca Pierburg estão disponíveis bomba de água mecânica para os veículos Audi A4 Avant, A4, A5, A5 Sportback, A3, A3 Sportback, A3 Sedan, TT, Q5, A1, A1 Sportback e Q3; bomba de circulação de água auxiliar para o A1 e A1 Sportback; bomba de combustível de alta pressão para TT, A4 Avant, A4, A5 Sportback, Q5 e Q3; bomba de água elétrica dos veículos BMW 528 i (F10), 530 i Touring (F11), 730 i, Li (F01, F02, F03, F04), X3 xDrive 20 i (F25); 325 i (E90), Z4 sDrive 23 i Roadster (E89), X1 sDrive 20 i (E84), 130 i (E81), 130 i (E87), 530 i (E60), X3 xDrive 30 i (E83), X5 xDrive 30 i (E70), Z4 Coupe 3.0 si (E86), 116 i (F20), 135 i Coupe (E82), 435 i Coupe (F32, F82), 528 i (F10), 435i Coupe (F32, F82), 535 i Gran Turismo (F07), 640 i Coupe (F13), M 235 i Coupe (F22, F87), X4 xDrive 28 i (F26), X5 xDrive 35 i (F15, F85), X6 xDrive 35 i (F16, F86), 116 i (F21), 316 i (F30, F80), 320 i Gran Turismo (F34), 428 i Gran Coupe (F36), X6 xDrive 35 i (E71, E72) e 650 i Gran Coupe (F06).

Há também bomba de circulação de água auxiliar Pierburg para os modelos da BMW e bomba de água elétrica dos veículos

Mercedes-Benz. A Pierburg oferece ainda bomba de vácuo dos veículos MINI R56 John Cooper Works, Land Rover Discovery IV e Range Rover Sport; além de bomba de água mecânica para os veículos da Volkswagen Beetle, Jetta IV, Passat Variant, EOS, Tiguan, Golf VII, Golf VII Variant, e Passat; bomba de circulação de água auxiliar para Passat e Passat Variant; bomba de combustível de alta pressão para EOS, Beetle, Jetta IV, Passat e Passat Variant. Para a Volvo, bomba de água elétrica para os modelos S60 II, V60, XC60, V40 Hatch e XC90 II.

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.

Sama Autopeças

Laguna Autopeças

Acessórios
Alimentação
Arrefecimento
Borracha
Câmbio

Direção
Diversos
Elétrica
Embreagem
Filtro

Freio
Motor
Rolamentos
Suspensão
Transmissão

Conheça a filial mais perto de você.

Sama

Laguna

DASA / Distribuidora Automotiva

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