MERCADO AUTOMOTIVO

ANO 31
Nº 295

APOIO
ANDAP 50 anos
ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS DISTRIBUIDORES DE AUTOPEÇAS

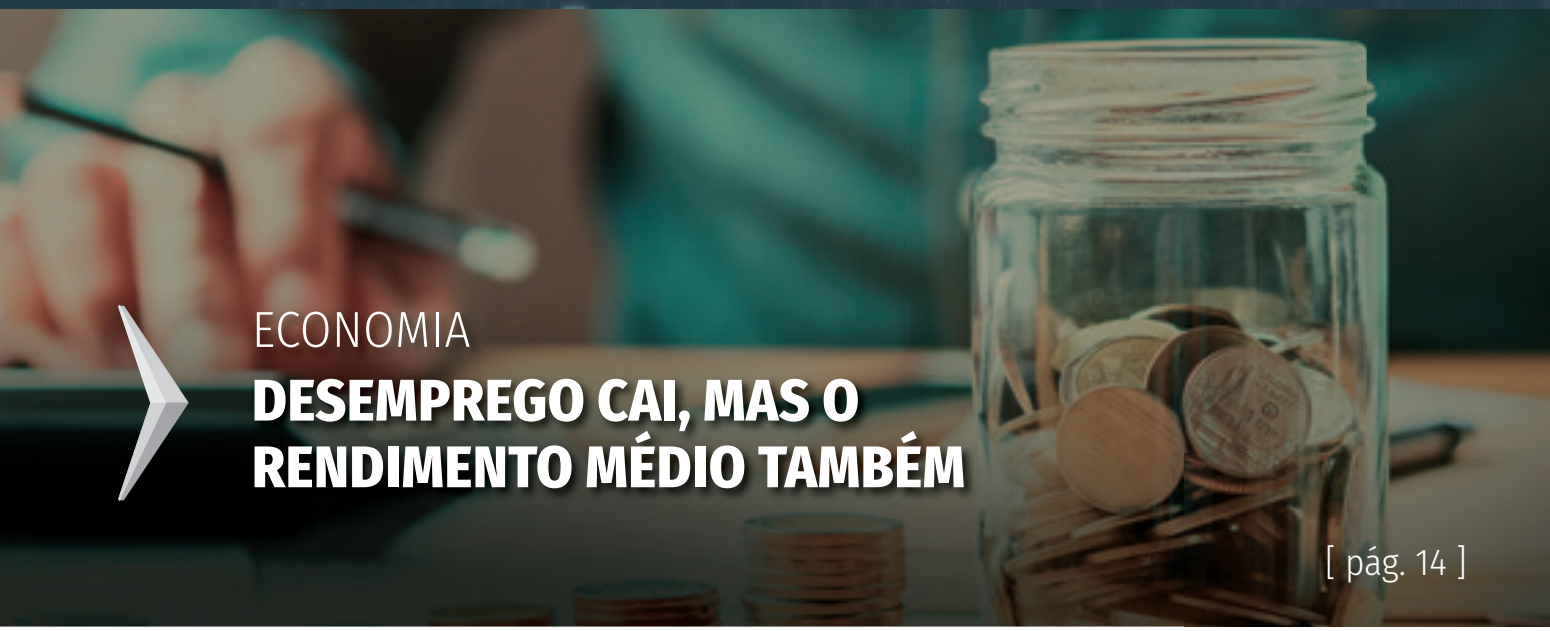
SEU CANAL DE COMUNICAÇÃO COM A REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA

CAPA

A INTELIGÊNCIA DA INFORMAÇÃO A SERVIÇO DO MERCADO

Seminário da Reposição Automotiva destacou resiliência e capacidade de adaptação do setor

[pág. 20]



ECONOMIA

DESEMPREGO CAI, MAS O RENDIMENTO MÉDIO TAMBÉM

[pág. 14]

ENTREVISTA DAN IOSCHPE, PRESIDENTE DO SINDIPEÇAS, FALA SOBRE A VALORIZAÇÃO DA MANUTENÇÃO VEICULAR EM MEIO À PANDEMIA pág. 10

UMA EXPERIÊNCIA INCRÍVEL PARA DUBAI
COM UM DIA ESPECIAL NO CATAR!

DASA / Distribuidora Automotiva

Sama, 100 anos de tradição, evolução e crescimento.

A SAMA é **uma das mais completas e tradicionais distribuidoras de autopeças do país.**

Em 2022 chegamos aos **100 anos de história** com 29 filiais por todo o Brasil, oferecendo um portfólio com 64 mil itens de reposição para o segmento automotivo.

Para comemorar essa data tão importante, a SAMA acaba de lançar uma campanha muito especial, para celebrarmos juntos com os nossos clientes esses 100 anos. Sortearemos 100 viagens para Dubai com **um dia brasileiro no Catar em novembro de 2022.**

A cada **R$ 5 mil em compras, ganhe 1 cupom** para participar dos sorteios. Teremos três sorteios trimestrais e um grande sorteio no final da campanha.

Consulte o regulamento completo e participe!

Sama
Autopeças

www.sama100anos.com.br

Jornada da transformação digital

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

A última edição do Seminário da Reposição Automotiva, realizado no dia 26 de outubro de forma virtual por conta da pandemia, apresentou o cenário da transformação digital no aftermarket com a participação de diversas personalidades do setor, bem como especialistas em canais digitais, que destacaram como unir o físico com o digital – o "figital". Esse é o maior desafio da atualidade: oferecer boas experiências no ambiente físico e nos canais digitais com o mesmo padrão de identidade e qualidade de atendimento em todos eles. A matéria de capa aborda justamente isso com a cobertura especial dos temas apresentados durante o evento, que teve audiência total de 900 pessoas, incluindo a Expo Day, um sucesso extraordinário.

O evento completou a 27ª edição e teve a organização do Grupo Photon e a coordenação da Andap, que completa 50 anos de fundação. Durante a abertura do evento, pude destacar um pouco da transformação do mercado até chegar à pandemia, que impulsionou o crescimento dos canais digitais.

A sessão Entrevista tem a participação de Dan Ioschpe, presidente do Sindipeças, que fala sobre o cenário do aftermarket brasileiro e as expectativas para o futuro.

Boa leitura!

Rodrigo Carneiro
Presidente da Andap

Excelente trabalho!

Com o suporte da MAHLE

Nós reconhecemos seu EXCELENTE TRABALHO!

Todos os dias, as oficinas são responsáveis por garantir que milhões de pessoas em todo mundo permaneçam em movimento. Os mecânicos mantém a cabeça fria mesmo quando as coisas se complicam e não tem medo de sujar as mãos para tornar o impossível, possível.

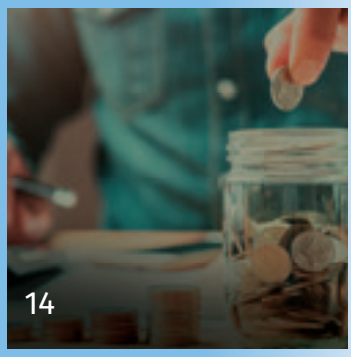
Por outro lado, sinônimo de altíssima qualidade em equipamentos originais e para o mercado de reposição por todo o mundo, a MAHLE Metal Leve, conta com uma extensa gama de produtos para veículos de transporte como ônibus e caminhões, veículos de passeio e motocicletas. Líder mundial na produção de componentes para motores, a MAHLE contém em seu portfólio turbocompressores, filtros, alternadores e motores de partida, equipamentos para oficinas, e com a aquisição da BEHR Hella Service, toda linha de componentes de arrefecimento do motor e climatização. Mantemos um portfólio em constante expansão para garantir seu **EXCELENTE TRABALHO**!

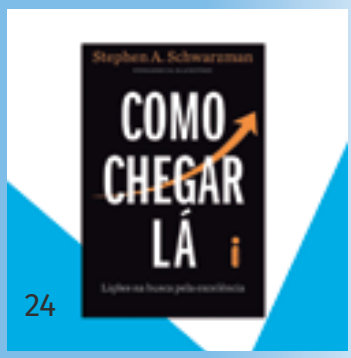
20 de Dezembro - Parabéns pelo seu dia, amigo mecânico!

mahle-aftermarket.com

MAHLE

ÍNDICE





10 ENTREVISTA
Presidente do Sindipeças, Dan Ioschpe avalia os desafios gerados pela falta de matéria-prima ao setor

14 ECONOMIA
IBGE relata aumento de empregos formais e informais, porém, queda na renda média do trabalhador

20 MATÉRIA DE CAPA
Seminário da Reposição Automotiva destacou transformação digital e uso da inteligência da informação no mercado

24 CULTURA
Em livro, consultor traz lições práticas de gestão de carreira e de empresa

28 ARTIGO - EDUARDO CARMELLO
O que significa resiliência? Qual sua importância?

32 ANDAP CELEBRA 50 ANOS
Entidade mantém seu importante papel de defesa e representação dos distribuidores de autopeças no Brasil

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

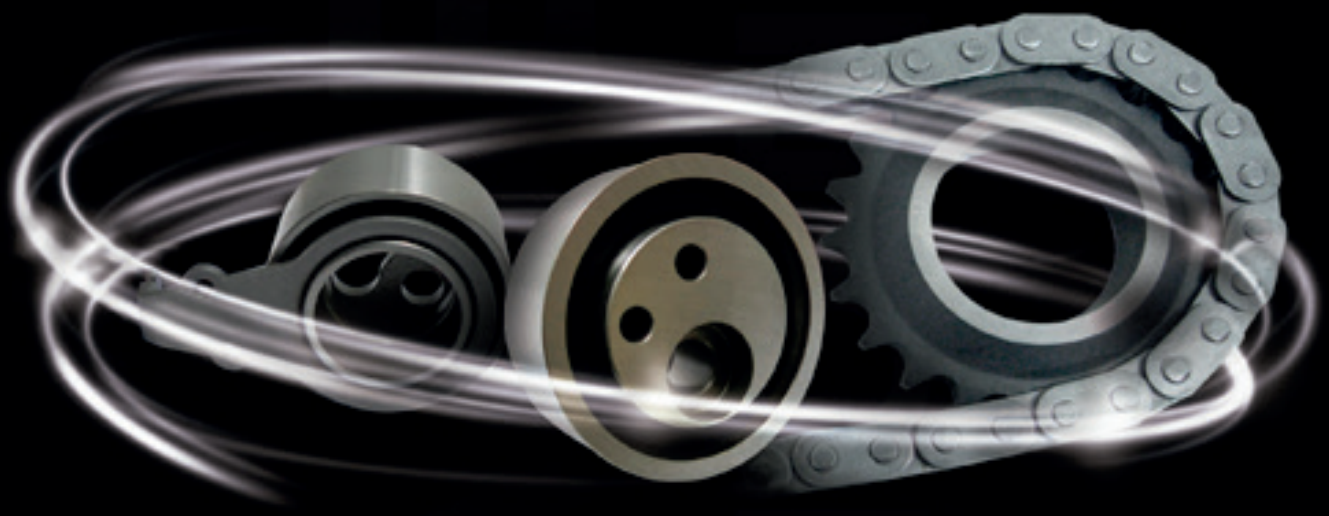
42 EVENTOS - AUTOPROMOTEC
Autopromotec 2022, Bolonha, Itália. A volta ao convívio.

44 IQA
IQA anuncia vencedores da 1ª edição do Prêmio da Qualidade

46 ARTIGO - ERIK PENNA
Como transformar água em vinho no mundo dos negócios

48 ARTIGO - SEBRAE
Inovação permite que pequenos negócios se diferenciem no mercado

LANÇAMENTOS



KITS DE DISTRIBUIÇÃO, POLIAS E TENSIONADORES

Líder de mercado em
BOMBAS D'ÁGUA E DE ÓLEO

www.schadek.com.br
@Schadek @schadekautomotive

SCHADEK

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)

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

Financeiro
financeiro@photon.com.br

Fotografia
Arquivo Photon, Divulgação

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) 94231-1496
55 (11) 94176-5011

NO FACEBOOK
www.facebook.com/
revistamercadoautomotivo

Apoio
ANDAP 50

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

GOIÁS/DISTRITO FEDERAL
Neomar Guimarães

MINAS GERAIS
Rogério Ferreira Gomide

NORDESTE
Carlos Eduardo M. de Almeida

NORTE
Felipe Caldeira Carneiro Martins

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 bimestral do Grupo Photon. Circulação novembro e dezembro de 2021.
Rua Enéas Bastos e Souza, 88 - CEP 02436-020 - São Paulo - SP - Brasil

SEMINÁRIO DA REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA

EXPO DAY MERCADO AUTOMOTIVO

pabu.
com.br

A Pabu que você já conhece pegou uma nova estrada: loja virtual.

Agora você pode pedir on-line o maior catálogo de produtos para autopeças de veículos comerciais.
Na loja virtual da Pabu, você conta com mais de 57 mil produtos, entregues por 32 filiais espalhadas pelo país, para você ter o melhor produto em mãos, no melhor tempo.

Faça agora o seu pedido em pabu.com.br

Aqui é linha pesada.
Aqui é loja virtual completa.
Aqui é PABU!

@aquiepabu

PACAEMBU

Valorização da manutenção

Divulgação

Em entrevista exclusiva à revista **Mercado Automotivo**, **Dan Ioschpe**, presidente do **Sindipeças** (Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores), fala sobre a importância da manutenção veicular em meio aos desafios gerados pela pandemia de Covid-19, que impactou sensivelmente a produção e venda de veículos novos.

Ioschpe é também presidente do Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial (Iedi), membro do Conselho de Administração da Fundação Ioschpe e membro do Conselho Deliberativo da ABDI (Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial). Dentre outros assuntos, o executivo abordou as dificuldades impostas pela falta de matéria-prima às indústrias de diversos setores. Confira a seguir.

Mercado Automotivo – A pandemia gerou uma crise de desabastecimento de matéria-prima em diversos setores, incluindo o de reposição automotiva. Gostaria que falasse sobre as dificuldades e os desafios que o mercado da reposição enfrentou nesse período.

Dan Ioschpe – Com os desarranjos nas cadeias de produção provocados pela pandemia, houve inicialmente algum atraso na recuperação do ritmo entre oferta e demanda de diversas matérias-primas. Atualmente, porém, o maior desafio é a escassez mundial de semicondutores, que afeta a produção de diversos produtos em muitos setores, incluindo o nosso.

MA – Em relação à falta de matéria-prima para a reposição automotiva, é possível ser otimista em relação aos próximos semestres? O senhor espera que a situação se normalize?

DI – Acreditamos que ao longo de 2022 a situação volte ao normal, pela reorganização das cadeias produtivas e por melhor entendimento das novas demandas dos consumidores.

MA – A pandemia também impactou a disponibilidade de veículos novos. O senhor vê um movimento de valorização da manutenção veicular ou entende que isso ainda deve levar alguns anos?

DI – Com certeza. A falta de oferta de veículos novos valorizou os veículos usados ao redor do mundo, realçando o valor da sua manutenção.

MA – Gostaria que falasse sobre a iniciativa Mobilidade Sustentável de Baixo Carbono (MSBC) no Brasil. Recentemente, entidades dos setores automotivos e de biocombustíveis se uniram para promover esse assunto. Qual é a importância desse assunto no âmbito automotivo especificamente?

DI – O Mobilidade Sustentável de Baixo Carbono busca a cooperação multidisciplinar sobre temas relacionados à descarbonização da mobilidade, contribuindo para as discussões sobre políticas públicas que envolvam tecnologias de baixo carbono, entre elas a hibridização e as células de combustível, que usem fontes sustentáveis de energia, estimulando o desenvolvimento econômico equilibrado e socialmente inclusivo.

Para o Sindipeças, o Brasil tem larga experiência na utilização do etanol como combustível veicular limpo e sustentável, com vasto parque instalado e profissionais capacitados. A entidade entende que esse diferencial deve ser considerado nessa discussão, de abrangência global.

O assunto é muito importante. E respeitada a visão agnóstica, que permita ao consumidor fazer as suas opções, poderá contribuir bastante com o avanço deste tema no Brasil.

MA – Quando falamos em mobilidade sustentável, qual é o desempenho do Brasil diante de outros países da Europa e os Estados Unidos? Temos vantagens nessa seara?

DI – Mais do que vantagens ou desvantagens, temos características e históricos distintos. Mas, no fim do dia, deveríamos todos mirar o mesmo objetivo, que seria a sustentabilidade socioambiental, sempre considerando o ciclo completo das alternativas possíveis de propulsão da mobilidade.

MA – Qual é a expectativa do Sindipeças para uma eventual reforma tributária no Brasil? Quais seriam os principais benefícios esperados pela entidade?

DI – Nossa expectativa é de que haja uma reforma dos impostos incidentes sobre o consumo de bens e serviços, criando-se um imposto único sobre o valor agregado, nos moldes pensados na PEC45 e parcialmente considerados na PEC110. Essa reforma impulsionaria o crescimento econômico e reduziria de forma significativa o chamado Custo Brasil.

MA – Gostaria que falasse sobre investimento em tecnologia e inovação no mercado de reposição automotiva. O senhor considera que já não há chances de sobrevivência, em médio prazo, para empresas sem qualquer foco em aprimoramento tecnológico? Ou o mercado ainda comporta uma demanda específica e que não exige tanta inovação?

DI – Inovação é cada vez mais aspecto fundamental da atividade empresarial em qualquer setor e em qualquer lugar do mundo. Por isso, defendemos a continuidade do programa Rota 2030, modelo muito interessante de estímulo aos investimentos em pesquisa, desenvolvimento e inovação em nosso país.

Também por isso, no âmbito do setor de autopeças, desenvolvemos o Inova Sindipeças, que busca despertar a cultura de inovação para geração de novas ideias, novos modelos de negócio, novos produtos e serviços nas empresas associadas; auxiliar no aumento de competitividade e viabilidade das empresas, e a inserção do setor nas cadeias globais de valor.

MA – Quais são os principais desafios institucionais do Sindipeças para os próximos dois anos no Brasil?

DI – Defendemos uma agenda que elimine os entraves horizontais à competitividade, que atingem todos os setores da economia em nosso país. Assim como políticas públicas que acelerem a inovação e a integração de nosso país ao mundo, preferencialmente por meio de acordos internacionais.

MA – Por fim, gostaria que deixasse uma mensagem a todos os associados e parceiros do Sindipeças para o ano que se aproxima.

DI – Passamos por um período muito desafiador, por conta da pandemia e suas decorrências. Vamos seguir vigilantes e ativos, para que possamos virar essa página em breve.

MULTIPLIQUE SUAS VENDAS

VEM PARA A REDE PITSTOP

APOIADORES

BOSCH FRAS-LE Valeo

Na Rede Pitstop, você conta com o mais completo e exclusivo pacote de benefícios para turbinar o seu negócio e conquistar clientes.

Na maior rede de lojas de autopeças, oficinas e retíficas do País, você tem muito a ganhar.

- *FORÇA DA MARCA REDE PITSTOP*
- *BENEFÍCIOS EXCLUSIVOS*
- *SUPORTE PARA O SEU NEGÓCIO*
- *ESTOQUE DE PEÇAS*
- *MELHORES MARCAS DO MERCADO*

Rede PitStop

EUROGARAGE TOP TRUCK

QUEM FAZ PARTE, EVOLUI.

Cai o desemprego e também o rendimento médio

Brasileiros empregados estão recebendo menos, em média

Os números podem "tentar enganar", mas a situação econômica do brasileiro segue ruim à medida que o País se aproxima da conclusão do segundo ano da pandemia de Covid-19. Dados relativos ao desemprego, por exemplo, podem sinalizar leve melhora em determinado trimestre, mas quando consideramos a base de comparação e a qualidade da evolução, voltamos a um cenário sensivelmente negativo.

Um exemplo está relacionado aos paralelos entre a taxa de desocupação e o rendimento médio dos que obtiveram alguma forma de emprego. A taxa de desocupação fechou o trimestre móvel, encerrado em agosto, em 13,2%, o que representa queda de 1,4 ponto percentual na comparação com o trimestre terminado em maio, quando o desemprego ficou em 14,6% da população. Na comparação anual, o recuo chegou a 1,3 ponto percentual em relação a agosto de 2020 (14,4%). Os dados são da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua Mensal, divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Segundo a pesquisa, a população desocupada no Brasil caiu 7,7%, ficando em 13,7 milhões de pessoas, na comparação com o trimestre terminado em maio de 2021, e ficou estável na comparação anual. Já a população ocupada cresceu 4%, alcançando 90,2 milhões de pessoas na comparação trimestral. Em relação a agosto do ano passado, o aumento foi 10,4%, ou mais 8,5 milhões de pessoas.

Ocorre, no entanto, que é preciso considerar a base de comparação dos números, ou seja, o mês de agosto de 2020. "Os percentuais de variações nas comparações anuais estão bastante significativos, obviamente que pela recuperação em si do mercado de trabalho, que temos observado nos últimos meses, mas também a base de comparação com agosto de 2020, que foi o momento em que as condições de ocupação eram as mais baixas da série. Foi um ponto bastante deprimido da série de ocupação, com 81,7 milhões de pessoas. Agora, a gente tem 90,2 milhões de pessoas ocupadas", explica Adriana Beringuy, analista do IBGE.

Adriana ressalta também que, apesar da expansão das pessoas ocupadas, o rendimento real habitual caiu 4,3% na comparação trimestral e 10,2% na anual, ficando em R$ 2.489 em agosto. Essas quedas percentuais são as maiores da série histórica, reflexo do aumento da informalidade.

"A gente tem um processo de crescimento significativo dos contingentes, então numericamente tem uma população ocupada que de fato avança bastante, mas por outro lado tem indicadores associados ao conjunto da força de trabalho que ainda apresentam um quantitativo que é desfavorável. A gente está operando com rendimento em queda, ou seja, embora haja mais pessoas trabalhando, a remuneração desse contingente maior é, em média, menor."

O número de trabalhadores por conta própria ficou em 25,4 milhões de pessoas, recorde da séria histórica, com altas de 4,3% no trimestre encerrado em agosto e de 18,1% na comparação anual. A taxa de informalidade foi de 41,1% da população ocupada no trimestre, o que equivale a 37,1 milhões de trabalhadores informais no País. No trimestre encerrado em maio, a taxa ficou em 40% e no mesmo trimestre de 2020 estava em 38%.

O aumento da informalidade está diretamente associado a pessoas que não conseguiram se manter no mercado formal de trabalho e tiveram de buscar algum tipo de ocupação urgentemente. São empreendedores por ocasião, na maioria das vezes sem qualquer tipo de preparo para gerir um negócio próprio, mas que precisam recorrer à informalidade para gerar uma renda mínima mensal.

Nível de ocupação

Ainda em relação ao trimestre encerrado em agosto, o IBGE aponta que o percentual de pessoas ocupadas na população em idade de trabalhar, o chamado nível da ocupação, foi estimado em 50,9%, o que representa aumento de 2 pontos percentuais no trimestre e 4,1 pontos percentuais no ano.

A taxa de subutilização caiu 1,9 ponto percentual no trimestre, e 3,2 pontos percentuais na comparação anual, ficando em 27,4%. São 31,1 milhões de pessoas subutilizadas, o que representa queda de 5,5% na comparação trimestral e de 6,6% no ano. Por outro lado, a população subocupada por insuficiência de horas trabalhadas cresceu 4,7% no trimestre, e subiu 29,2% no ano.

A parte da população fora da força de trabalho está em 73,4 milhões de pessoas, queda de 3,2% no trimestre e de 7,3% na comparação anual. A população desalentada soma 5,3 milhões de pessoas ou 4,9%, queda de 6,4%, ante o trimestre anterior, e de 8,7% em relação a agosto de 2020.

Atividades

Por grupamentos de atividades, houve alta no número de empregados na comparação trimestral na indústria geral (5,3%), na construção (10%), no comércio

(7,8%), no transporte, em armazenagem e correio (4,9%), alojamento e alimentação (10,2%) e serviços domésticos (9,7%). Foram observadas quedas de 2,2% na administração pública, defesa, seguridade social, educação, saúde humana e em serviços sociais.

Na comparação anual, as altas foram observadas na agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura (9,2%), indústria geral (9,4%), construção (24,7%), no comércio, em reparação de veículos automotores e motocicletas (11,1%), transporte, armazenagem e correio (12,9%), alojamento e alimentação (23,9%), informação, comunicação e atividades financeiras, imobiliárias, profissionais e administrativas (8,9%), outros serviços (7,8%) e serviços domésticos (21,3%). Os demais grupamentos ficaram estáveis.

Confiança empresarial

Na esteira dos índices de ocupação e informalidade, a Fundação Getulio Vargas (FGV) divulgou o Índice de Confiança Empresarial (ICE), que teve alta de 0,4 ponto de setembro para outubro deste ano e chegou a 100,3 pontos, em uma escala de zero a 200 pontos. O crescimento veio depois de uma queda de 2,5 pontos registrada na passagem de agosto para setembro.

O indicador consolida os índices de confiança dos empresários brasileiros dos setores da indústria, do comércio, de serviços e construção. O aumento da confiança dos empresários em outubro foi provocado por altas no Índice da Situação Atual Empresarial, que mede a percepção sobre o presente e que subiu 0,2 ponto, para 99,5 pontos, e do Índice de Expectativas, que mede a confiança em relação ao futuro e que cresceu 0,4 ponto, para 100,3 pontos.

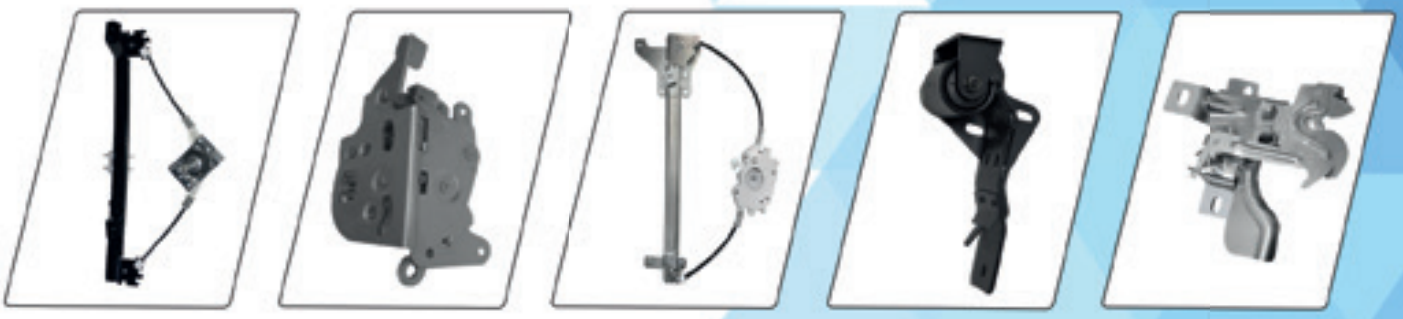
A alta foi puxada principalmente pelo setor de serviços, cuja confiança subiu 1,8 ponto e chegou a 99,1 pontos. O índice do comércio variou apenas 0,1 ponto e passou para 94,2 pontos.

Por outro lado, dois segmentos tiveram queda na confiança. A construção recuou 0,3 ponto e chegou a 96,1 pontos. Já a indústria caiu 1,2 ponto, mas continuou tendo o maior índice entre os quatro segmentos: 105,2 pontos.

Mais do que os números demonstram em si, o empresariado espera que o avanço da vacinação no País estimule o consumo dos brasileiros neste final de ano. Setores fortemente impactados pela pandemia, como os de economia criativa, turismo e bares e restaurantes, torcem para que a flexibilização nas restrições incentive boa parte dos brasileiros a “voltar às ruas”, principalmente depois de mais de um ano e meio de isolamento social.

Zinni & Güell Ltda.

Industria de Auto Peças



Compartilhe

56 Anos de sucesso

Qualidade

Garantia

Linha Completa
Máquinas de Vidro

Orgulho de ser uma Indústria Nacional
- Made in - Brasil

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

Feliz Natal e que

2022

seja muito **bem-vindo**!

grupo photon

MERCADO AUTOMOTIVO

SEU CANAL DE COMUNICAÇÃO COM A REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA

www.**photon**.com.br

comercial@photon.com.br

[11] 94231.1496 | [11] 94176.5011

AGRADECEMOS SUA PARCERIA E DESEJAMOS QUE 2022 SEJA UM ANO MUITO MELHOR E COM GRANDES REALIZAÇÕES!

Neste próximo ano, a **Revista Mercado Automotivo** completará **32 anos de história**, mantendo os temas mais relevantes do setor, e já estamos nos preparando para o retorno do **Seminário e Expo Day presencial em 18 de outubro de 2022,** na Fecomercio-SP. - SP.
SAVE THE DATE!

SEMINÁRIO DA REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA & EXPO DAY MERCADO AUTOMOTIVO

Transformação digital

Novamente on-line, Seminário da Reposição Automotiva destacou resiliência e capacidade de adaptação do setor

Foi realizada no último dia 26 de outubro a 27ª edição do Seminário da Reposição Automotiva. Organizado pelo Grupo Photon e promovido pelo Grupo de Manutenção Automotiva (GMA), o evento ocorreu novamente em formato digital, devido às normas de distanciamento social impostas pela pandemia de Covid-19.

Na transmissão ao vivo, no entanto, cerca de 900 pessoas acompanharam o Seminário. Dentre os diversos temas debatidos por personalidades do setor da reposição automotiva, destaque para as mudanças que vêm ocorrendo no mercado, proporcionadas principalmente pela evolução dos meios digitais.

A data do Seminário também marcou o aniversário de 50 anos da Andap, e o momento foi comemorado pelo presidente da entidade, Rodrigo Carneiro, em seu discurso de abertura.

"São cinco décadas de história, incentivo, apoio e transformação do mercado de reposição automotiva. Nosso setor vem passando por diversas mudanças, desafios e crescimentos ao longo dos últimos anos e a pandemia veio para intensificar a mais latente delas: a transformação digital", afirmou Carneiro, que também foi responsável pela coordenação do Seminário neste ano.

"Saber olhar as oportunidades e o legado positivo que a pandemia gerou é uma missão desafiadora. Quem conseguir abraçar essa transformação agora, certamente sairá na frente", completou o executivo.

Por sua vez, Antonio Fiola, presidente do Sindirepa Brasil, destacou oportunidades de mercado para as quais o setor deve permanecer atento. "Nesses dois anos [de pandemia] a frota envelheceu, pois não houve uma renovação significativa.

Portanto, em 2022, teremos mais negócios", afirmou Fiola.

Heber Carvalho, presidente em exercício do Sincopeças-SP, destacou em sua fala inicial os 80 anos da entidade, atuando em prol do desenvolvimento do setor. Já Alcides Acerbi Neto, presidente do Sicap, ressaltou que a reposição automotiva brasileira vem superando desafios ao longo dos últimos anos. De acordo com ele, essa resiliência deve ser combinada com a atualização constante dos players do setor, "pois há oscilações e escassez de matérias-primas, bem como outras variantes exigindo novas formas de atuação".

Coordenador do GMA, Elias Mufarej também ressaltou que, apesar dos momentos críticos, o setor vem registrando crescimento, de modo a suprir a demanda da frota no Brasil. Os desafios gerados pela pandemia também foram alvo do discurso de Dan Ioschpe, presidente do Sindipeças. Ainda que a redução de disponibilidade de veículos novos incentive o envelhecimento da frota e a necessidade de manutenção, a crise de abastecimento de matérias-primas também afeta o setor e requer atenção.

Conteúdos de qualidade

Quem acompanha o Seminário da Reposição Automotiva em suas quase três décadas sabe que o conteúdo gerado pelas palestras e debates é muito rico. Além de refletir as principais preocupações e demandas do setor, as exposições exploram as soluções possíveis para um mercado tão desafiador e complexo.

O formato virtual não excluiu a realização das palestras e debates. Ao contrário, a 27ª edição do Seminário exibiu debates de alto nível, a começar pela palestra de Silvio Meira, cientista, professor e empreendedor. O palestrante abordou as características e os desafios gerados pelo mercado figital (físico + digital) impulsionado pela pandemia.

Meira disse que é preciso reorganizar incentivos, times e processos estratégicos de tomada de decisão, com o objetivo de habilitar um sistema de ampla colaboração, que integra pensamento e execução figital em todo o negócio e também a importância de promover investimentos em talentos para a estratégia figital. Ou seja, contemplando gestão de produtos, serviços e sistemas, entendimento e atendimento ao cliente, design, engenharia e dados.

De acordo com Meira, quando a latência das decisões é de menos de uma hora, a taxa de sucesso dos projetos chega a quase 70%, independentemente do processo. "Já quando o tempo médio passa para cinco horas, a taxa cai para menos de 18%", explicou.

A palestra do cientista foi seguida por um rico debate, que contou com a participação de Paulo Fabiano, diretor da Rede PitStop, e de Marcelo Gabriel, diretor de Desenvolvimento de Negócios da Latin America for Business-LA4B.

Presidente da Nexus Automotive International de Genebra (Suíça), Gerson Prado falou sobre como a reposição automotiva internacional enxerga a transformação digital e seu impacto no aftermarket. Com dados recentes, o executivo destacou que o e-commerce de autopeças registra crescimento em todo o mundo. Atualmente, de acordo com ele, é o maior negócio dentro da plataforma de vendas Mercado Livre, com crescimento de 2,5 vezes no período de um ano.

Quanto à eletrificação, de acordo com Prado, essa tecnologia encarecerá os carros no Brasil, afetando toda a cadeia de suprimento. Ainda segundo o palestrante, o fim dos motores a combustão também deverá interferir no negócio da indústria de autopeças, pois a quantidade de peças dentro dos veículos será reduzida.

Na sequência, foi a vez de Daniel Ely, CTO e vice-presidente Executivo das Empresas Randon, falar sobre a "tríade transformacional". Com o case das próprias Empresas Randon, Ely explicou que a transformação cultural e digital foi baseada principalmente em três pontos: a ressignificação do conceito de inovação, o resgate da essência da liderança e o redesenho da organização.

O executivo também defendeu a maior presença de líderes, em detrimento de um número amplo de gestores. Além disso, ressaltou o "resgate" de colaboradores de alto potencial que já integram os quadros da empresa. "Dois por cento das pessoas de alto potencial impactam em 98% dos resultados", completou.

Rodrigo César Parisotto, Head de TI e Produtos Digitais da MercadoCar, contou detalhes do processo de digitalização da loja, ressaltando que foi preciso trabalhar em uma mudança cultural das pessoas, e não apenas na implementação de tecnologias. Desse modo,

defendeu um banco de dados organizado para agilizar as tomadas de decisões e comunicação com quem está na ponta.

O segundo período do Seminário manteve o alto nível do primeiro e foi iniciado com palestra de Fabio Gimenez, CEO da Car10, uma plataforma digital que facilita a experiência de realizar a manutenção, reparação, estética e lavagem do veículo.

Entre as funcionalidades da plataforma para os clientes da solução, Gimenez destacou plataforma de leads, pool de compras de insumos, APP de operação e antecipação de recebíveis, novos negócios e incremento de receita, exposição digital, ferramentas digitais, economia na compra de insumos e soluções financeiras.

Logo depois, Osvaldo Keller, executivo de Tecnologia e Transformação Digital do Grupo DPaschoal, discorreu sobre o consumidor 4.0 nos serviços automotivos. Keller mostrou a evolução do automóvel e ressaltou que, cada vez mais, é importante atender com excelência e resolver os problemas dos consumidores, sejam nos canais digitais ou na loja. Além disso, frisou que a empresa deve seguir os mesmos padrões de comportamento e valores em qualquer modalidade de atendimento.

Imediatamente após a palestra, a audiência pôde conferir um debate sobre o tema da exposição de Keller, que contou com as presenças de Sergio Montagnoli, diretor de Vendas e Marketing da Nakata, e Daniel Leite, diretor Comercial Automotivo da SKF.

Destaque também para Marcelo Massarani, membro do Conselho Diretor do IQA (Instituto de Qualidade Automotiva), que palestrou sobre políticas de estímulo para o setor automotivo no Brasil. Massarani falou sobre o Programa Rota 2030, ressaltando que a iniciativa foi fundada sobre três pilares principais, de modo a incentivar a execução de projetos de Pesquisa e Desenvolvimento em toda a cadeia automotiva.

A última palestra foi de Ana Fusco, gerente de Inovação da Cielo, que falou sobre movimentações do mercado e tendências para os próximos anos. De acordo com ela, a pandemia acelerou mudanças de comportamento do consumidor final, que hoje tem um poder de decisão e de escolha muito maior. Cabe ao consumidor, cada vez mais, decidir como pagar, onde e de que forma receber o produto.

Neste cenário, ressaltou a executiva, não é possível pensar em uma alternativa de atendimento ao cliente. Ou seja, não cabe ao lojista limitar as opções, pois será o consumidor quem irá definir sua preferência, tendência e demanda.

Em mais uma edição virtual, o Seminário apenas confirmou sua importância como um espaço de rico e amplo debate sobre desafios, oportunidades, demandas e angústias que permeiam o setor da reposição automotiva. Independentemente do formato realizado, o evento seguiu abordando iniciativas e cases de amplo destaque no mercado, que certamente poderão gerar insights valiosos ao público participante. Vale ressaltar que os participantes do Seminário tiveram acesso também ao Expo Day, novamente no ambiente virtual.

CATÁLOGOS 2022
Já disponíveis no site

- Maçanetas Internas e Externas
- Fechaduras Capô / Porta Malas
- Quebra Vento
- Cilindros
- Batentes de Porta
- E muito mais

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

CONSELHOS VALIOSOS PARA CHEGAR LÁ

Em livro, consultor traz lições práticas de gestão de carreira e de empresa

Chega às livrarias físicas e digitais do Brasil um livro que explora conceitos e ideias aptas a auxiliar empreendedores, profissionais de alto desempenho, estudantes ambiciosos e líderes de qualquer área. Em Como Chegar Lá (Editora Intrínseca, 352 páginas, R$ 70), o autor Stephen A. Schwarzman, presidente e co-fundador da multinacional Blackstone, destaca lições que aprendeu ao longo de sua vida – e que hoje transmite a líderes políticos e empresariais – com o objetivo de causar o máximo impacto e transformar a vida da maior quantidade de pessoas.

Com uma escrita leve e autobiográfica, Schwarzman leva ao leitor sensações comuns a aqueles que enfrentam as dificuldades diárias de iniciar um negócio próprio ou de gerir uma pequena empresa. Ao recordar o momento em que decidiu fundar a Blackstone, o autor fala sobre uma sensação comum a todo empreendedor.

"O momento de desespero em que a única coisa que você consegue enxergar é a imensa distância entre o ponto em que você se encontra e a vida pessoal e profissional que imaginou. Quando você consegue o que quer, as pessoas veem apenas o seu sucesso. Quando não consegue, veem apenas o seu fracasso. Ninguém enxerga os pontos de inflexão que poderiam tê-lo levado a uma direção completamente diferente. No entanto, são exatamente esses pontos de inflexão que proporcionam as maiores lições para os negócios e para a vida", escreve.

Apesar de atuar no ramo financeiro, Schwarzman relata em seu livro que nunca fez um curso de Economia. Ao longo de sua trajetória profissional, para compensar a falta de expertise no assunto, se propôs a reconhecer padrões e desenvolver novas soluções e paradigmas, focando em transformar suas ideias em realidade.

"O mercado financeiro foi o meio que me permitiu aprender sobre o mundo, construir relacionamentos, enfrentar desafios significativos e canalizar minha ambição. Ele também me permitiu refinar minha capacidade de simplificar problemas complexos ao me concentrar apenas nos dois ou três aspectos determinantes para o resultado", completa.

Conselhos valiosos

São os conselhos descritos por Schwarzman em seu livro que enriquecem a obra. Fosse simplesmente uma biografia, o conteúdo não se destacaria em meio aos outros lançamentos editoriais. O próprio autor ressalta ter escolhido passagens de aprendizado em sua vida

Divulgação

pessoal e profissional, por meio das quais pudesse detalhar estratégias que lhe geraram resultados.

"Eu nunca quis escrever um livro de memórias que perpassasse todos os momentos da minha vida. Nunca me achei digno de tanto. Em vez disso, preferi escolher eventos e episódios em que aprendi algo importante sobre o mundo e sobre o meu trabalho. Este livro é uma coleção de pontos de inflexão que me levaram a ser quem eu sou hoje e das lições que me ensinaram", escreve.

Um desses conselhos está diretamente relacionado às próprias características da Blackstone, uma empresa de investimentos. Para o autor, mais importante do que ganhar ou gerar dinheiro, é necessário evitar perdê-lo, a todo custo. De acordo com ele, é o gerenciamento de risco o que irá manter você no jogo a longo prazo. Levando a máxima ao mercado, vale a estratégia cada vez mais atual e relevante de dedicar esforços para manter os atuais clientes, em detrimento de apenas buscar novos consumidores.

Schwarzman também ressalta a importância de relacionar-se com as pessoas. Nesse sentido, o autor reforça que é muito importante manter uma rotina para ligar ou escrever para pessoas que você admira com o objetivo de pedir conselhos úteis. "Você nunca sabe quem vai topar. Não tenha medo de pedir, de insistir", afirma.

Outra dica diz respeito ao próprio conteúdo dessas conversas. Para ele, ao encontrar com alguém fale dos problemas da pessoa, e não dos seus. Isso porque a melhor maneira de criar conexões é tentar ajudar os outros. "Vender consiste em resolver os problemas alheios", explica. Muitas vezes, inclusive, tais problemas são relativamente simples de serem resolvidos, desde que observados e avaliados por alguém de fora, que eventualmente tem soluções não imaginadas para determinadas demandas.

Os conselhos do autor não ficam restritos a líderes empresariais ou gestores. Usando bons exemplos do início de sua carreira, Schwarzman aponta para questões que estudantes e profissionais recém-formados devem considerar em seus inícios de carreira. Ainda que tenha trilhado um caminho pelo mercado financeiro, o autor busca exibir conselhos que podem ser aplicados de forma genérica em outros segmentos de trabalho.

"Quando estiver procurando os primeiros empregos da sua carreira, preocupe-se apenas com a curva de aprendizado, não com prestígio. Na outra ponta, jamais contrate alguém apenas suficientemente bom: um profissional nota 10 é muito diferente de um nota 9", completa, direcionando a última lição para profissionais que estão formando equipes de trabalho.

Trata-se, sobretudo, de uma leitura leve, que não deve ser encarada como um livro tradicional de autoajuda com fórmulas de sucesso. A riqueza dos conselhos e ensinamentos traçados por Schwarzman reside também em seu currículo, atuando como consultor de importantes empresas e de líderes de Estado em diversos países.

Para aqueles que efetivamente não atuam no mercado financeiro, um dos desafios do livro é traçar paralelos imediatos com outros setores de trabalho, de modo que a obra não se torne enfadonha ou "apenas" um conteúdo autobiográfico.

COMPRE COM QUEM VENDE QUALIDADE: **ROLES.**

Por que comprar na Roles? A resposta é fácil: pelo atendimento, pelo amplo portfólio de produtos, pelas melhores condições e pelo melhor preço, entre muitas outras vantagens.

E por que utilizar o COMPRE ONLINE? Pelos mesmos motivos, além da agilidade de comprar em qualquer hora e em qualquer lugar, consultar e acompanhar o estoque em tempo real, solicitar processos de garantia, e ainda, emitir a 2ª via do boleto.

Roles. Porque juntos fazemos melhor, principalmente para você.

Roles Autopeças roles.com.br

JUNTOS FAZEMOS MELHOR

ROLES AUTOPEÇAS

 Por: Eduardo Carmello

O que significa resiliência? Qual sua importância?

Resiliência não é mais um modismo que chega à administração. É um estudo complexo sobre pessoas e empresas que têm uma habilidade extraordinária de administrar um conjunto de características para lidar adequadamente com as mudanças e adversidades.

Segundo uma pesquisa do Instituto de Ciência e Tecnologia de Manchester, os executivos brasileiros estão entre os mais insatisfeitos em todo o mundo com o trabalho. A pesquisa foi realizada em 24 países, com 700 administradores, todos eles respondendo a questionários sobre o nível de satisfação e sobre sintomas de problemas físicos e psicológicos causados pelo estilo de trabalho.

No ranking de Saúde mental, o Brasil aparece em 17º lugar. No de satisfação no trabalho, em 14º e em saúde física, em 18º. Sintomas de esgotamento, dores de estômago e insônia; ansiedade, insegurança e irritação são os fatores físicos e psicológicos mais diagnosticados e que estão prejudicando o desempenho profissional, assim como as relações familiares.

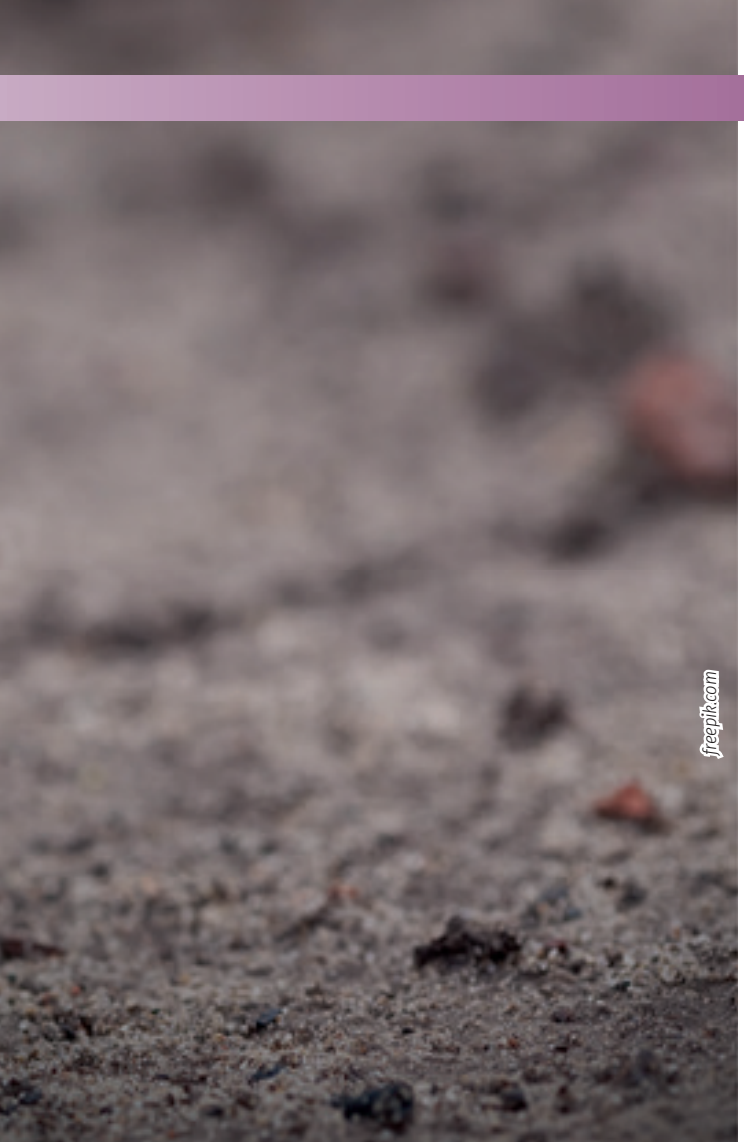
Nosso estilo de vida não está lá um dos melhores. Demasiadas pressões e cobranças nos cercam a todo momento. A competitividade do mercado de trabalho, a sobrecarga de tarefas, a preocupação com segurança e com o desemprego nos tornam estressados demais, causando-nos uma sensação de permanente tensão e desespero. Se sentir mal no tempo e no espaço não é mais privilégio de nenhum astronauta.

Profissionais estão sendo forçados a se adaptar a um ambiente de exacerbada competição, a se defrontar com ineditismos e dominar informações a intervalos cada vez mais curtos.

Nós temos um limite para suportar a pressão...

Saber se adaptar e reajustar confortavelmente, reagir de forma inteligente às pressões e pressentir e antecipar acontecimentos é objetivo primordial dos programas de desenvolvimento da resiliência como uma das competências mais valorizadas nos modelos de Gestão Estratégica de Pessoas.

Resiliência é um termo primeiramente utilizado pela física que significa a capacidade de um material voltar ao seu estado normal depois de ter sofrido uma pressão.



As ciências humanas utilizam esse termo para qualificar a capacidade de um indivíduo em possuir uma conduta sã num ambiente insano, ou seja, a capacidade do indivíduo de sobrepor-se e construir-se positivamente frente às adversidades.

Tavares dá uma definição mais orientada para as organizações como "a capacidade de responder de forma mais consistente aos desafios e dificuldades, de reagir com flexibilidade e capacidade de recuperação diante de desafios e circunstâncias desfavoráveis, obtendo uma atitude otimista, positiva e perseverante e mantendo um equilíbrio dinâmico durante e após os embates".

Características de um colaborador resiliente

- Autoconfiante: acredita em si e naquilo de que é capaz de fazer;
- Gosta e aceita mudanças, encara as situações de estresse como desafios;
- Pouco ansioso, alta extroversão e aberto à experiência;
- Autoconceito e autoestima positivas;
- Emocionalmente inteligente;
- Mantém clareza de propósito, calma e foco diante de situações adversas.

Não sabemos o que os profissionais enfrentarão pela frente, mas provavelmente será algo inusitado, emergencial ou inovador.

As empresas voltadas para a administração centrada no ser humano estão procurando Programas de Gestão do Estresse, Resiliência e Qualidade de Vida, pois esperam que seus funcionários e líderes possam aprender mais sobre si próprios e modificar seus estilos de resposta comportamental, além de lidar com o componente emocional. Uma vez que Recursos Humanos estão cada vez mais focados para resultados estratégicos, estes estão orientando seus treinamentos para que o profissional desenvolva melhores estratégias e recursos, podendo fazer opções mais sensatas quando sob pressão. Que possam gerenciar ambiguidades e tensões com o máximo de inteligência e saúde possível, diminuindo a ansiedade e aumentando a confiança diante de incertezas.

Os resultados esperados do desenvolvimento da resiliência são:

- a melhor preparação do indivíduo para lidar com pressões;
- fornecer meios de reduzir pressões desnecessárias reconhecendo como elas são criadas e mantidas;
- desenvolver a capacidade de se adequar e flexibilizar às situações sem perder os objetivos.

O profissional que puder fazer uso de ferramentas e técnicas para o gerenciamento de suas competências em contextos de imprevisibilidade, ameaça ou emergência estará de certa forma administrando o nível de desenvolvimento e adaptação de seu organismo em relação às informações e mudanças que ocorrem no ambiente organizacional. E isto pode fortalecer seu desempenho, adquirindo e mantendo as habilidades e competências necessárias para seu autodesenvolvimento e ascensão em sua carreira.

Eduardo Carmello é CEO e fundador da Entheusiasmos Consultoria em Talentos Humanos. Saiba mais em www.entheusiasmos.com.br.

brandbrindes

40019

10167

46048

51024

BC9102

acesse nosso site:

www.brandbrindes.com.br

+ DE 1000 BRINDES

PARA A SUA EMPRESA

11 2600-1022

90109

51023

Rotação de 240 °

41030

50011

11163

60049

brand brindes

comercial@brandbrindes.com.br

ANDAP 50 anos
ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS DISTRIBUIDORES DE AUTOPEÇAS

Andap celebra 50 anos

Entidade mantém seu importante papel de defesa e representação dos distribuidores de autopeças no Brasil

No último dia 26 de outubro, a Andap (Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças) comemorou 50 anos de história. São cinco décadas representando e defendendo os maiores distribuidores e fabricantes de autopeças do Brasil. A Andap foi criada em 1971 no bairro do Brás, em São Paulo, nas dependências da empresa Sama Autopeças e Pneus, do grupo Comolatti. A entidade inicialmente adotou o nome Ancap, substituindo sua nomenclatura posteriormente.

A Andap nasceu com o objetivo de proteger o mercado da constante comercialização dos produtos a preços abaixo do custo e também da ameaça que vinha da Europa e que tratava da entrada e do domínio das montadoras de veículos automotores neste mercado. Esses fatores receberam forte apoio das indústrias de autopeças naquele momento.

Fundação da ANCAP

Ex-presidente Gustavo Willi Borghoff

Implementação de comercialização em cascata

Evento realizado pela entidade

O primeiro presidente da Andap (à época, Ancap) foi o visionário Gustav Willi Borghoff, responsável por implementar a chamada comercialização em cascata que hoje conhecemos como a cadeia produtiva ou cadeia de valor da reposição automotiva. É a partir desse modelo que ocorre o envolvimento da indústria, do distribuidor, do varejo e da reparação de veículos.

Borghoff esteve à frente da entidade no período de 1971 a 1980. Ao seu lado, teve um time de empreendedores ávidos pelo progresso e batalhadores pelo fortalecimento do comércio de autopeças como Anastácio Giannini, Athos Vannucci, Clóvis Cabrino, Eduardo Cury, Guido Luporini, José Antonio Giannini, José Carlos Rizzo, José Colombo, Luciano Figliolia, Marcos Maia dos Santos, Mário Penhaveres Baptista, Maurice Eskinaze, Newton Pinto, Oswaldo Cardenuto, Pedro dos Santos Bernardes, Roberto Inácio Queiróz Filho, Ronaldo Luiz de Loreto e Waldir Siedschlag.

Waldir Siedschlag assumiu a presidência da Andap em 1980, permanecendo no cargo até 1995. Foi durante seu mandato que a entidade passou a promover missões para outros países. O objetivo era proporcionar aos associados uma visão mais próxima sobre a realidade do setor automotivo de outros países.

Através dessas missões que distribuidores de autopeças brasileiros puderam ter acesso, de fato, a iniciativas e boas práticas que eram executadas em mercados que poderiam guardar algumas semelhanças com o Brasil. Necessário recordar as dificuldades de acesso à informação nessa época, com o advento ainda muito incipiente da internet.

Na sequência, foi a vez de Jaime Barrela Ozi assumir a presidência da entidade, cargo no qual permaneceu até 1999. E em 16 de agosto de 1996 houve a mudança de nomenclatura, de Ancap para Andap, com o objetivo de adaptar a entidade aos tempos modernos.

De 1999 a 2003, Pedro Molina presidiu a Andap. Nos anos seguintes, tomaram posse Frederico dos Ramos (2003 a 2010) e Renato Agostinho Giannini (2010 a 2018).

Em 2017, através de um processo de divisão de diretorias, formadas praticamente pelos mesmos membros, a Andap conseguiu multiplicar sua capacidade de realizar atividades.

Ex-presidente Waldir Siedschlag

Reunião da entidade

Viagem ao exterior

Ex-presidente Jaime Barrela Ozi

Ex-presidente Pedro Molina

Ex-presidentes Frederico dos Ramos e Renato Agostinho Giannini

Presidente Rodrigo Francisco Araújo Carneiro, ex-presidente Renato Agostinho Giannini e Alcides José Acerbi Neto, presidente do SICAP

Em 2018, tomou posse o atual presidente da Andap, Rodrigo Francisco Araújo Carneiro. Sob seu mandato, a Andap idealizou a primeira edição do Workshop Brazil Aftermarket, em Frankfurt (Alemanha), com o apoio das entidades representativas do setor. O evento ocorreu em 12 de setembro de 2018 e contou com a presença de altos executivos do mercado automotivo.

Nos últimos anos, a Andap precisou se adaptar às dificuldades impostas pela pandemia de Covid-19 para seguir contribuindo com os distribuidores de todo o Brasil. Devido ao isolamento social, a entidade precisou adaptar seus tradicionais eventos para o modelo virtual e isso impactou também o Seminário da Reposição Automotiva.

Workshop Brazil Aftermarket, em Frankfurt

Edições do Seminário da Reposição Automotiva

Realizado virtualmente por dois anos seguidos (2020 e 2021), o Seminário é apenas um dos exemplos de eventos que representaram um importante e desafiador marco para a Andap em meio à pandemia.

Neste ano, o Seminário levou ricos debates e apresentações ao público, a partir do tema central "A inteligência da informação a serviço do mercado". Através do evento, a ANDAP evidenciou as características e a as oportunidades que surgem no mercado a partir da transformação digital – uma verdadeira revolução em procedimentos e demandas que foi sensivelmente acelerada em razão do isolamento social imposto pela pandemia.

O reconhecimento da importância do assunto neste momento apenas reforça o entendimento de que a ANDAP se renova ao longo das décadas, acompanhando os movimentos de transformação no setor e fornecendo aos seus associados as melhores ferramentas e insights para desbravar os novos cenários.

Assim, ciente das mudanças que seriam necessárias, a Andap realizou em 2021 uma série de ações especiais para celebrar seus 50 anos. Seminários de diversos assuntos foram promovidos com o objetivo de sempre agregar valor aos associados da entidade.

Após meio século de história, a Andap mantém-se atenta aos desafios que permeiam os distribuidores de autopeças do Brasil. Ciente de que a história continua, a entidade segue oferecendo apoio e promovendo boas iniciativas, inclusive com exemplos de mercados de outros países, para gerar resultados positivos e duradouros a todos os seus associados.

ANDAP 50 anos

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS DISTRIBUIDORES DE AUTOPEÇAS

Cinco décadas de história

Incentivo, apoio e transformação do nosso mercado de reposição automotiva.

ASSISTA AO VÍDEO COMEMORATIVO

CONHEÇA E SIGA NOSSOS NOVOS CANAIS

/andapassociacao

@andapoficial

/andapassociacao

1971 1991 2001 2011 2021

MERCADO AUTOMOTIVO

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 2022

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

Números do setor automotivo

Licenciamento de autoveículos novos nacionais

Entre setembro e outubro de 2021, o índice de licenciamento de veículos novos nacionais foi ampliado em cerca de 5%. É um resultado naturalmente positivo, mas quando se observam os números de outubro de 2020, há uma sensível redução de desempenho. Em outubro do ano passado, o setor já apresentava uma recuperação mais consolidada da crise gerada pela pandemia de Covid-19. Com isso, os resultados de outubro de 2021, ainda que sejam positivos, representam quase 30% de retração frente ao mesmo período do ano anterior. Quando se leva em consideração o acumulado do ano, no entanto, há alta de quase 10%. Um índice que deverá ser ainda maior se os últimos dois meses do ano mantiverem desempenhos satisfatórios.

Unidades	2021			2020		VARIAÇÕES PERCENTUAIS		
	OUT A	SET B	JAN/OUT C	OUT D	JAN/OUT E	A/B	A/D	C/E
Total	140.375	133.164	1.539.904	196.045	1.418.805	5,4	-28,4	8,5
Veículos leves	128.727	121.161	1.426.981	186.935	1.339.699	6,2	-31,1	6,5
Automóveis	106.067	97.022	1.166.343	157.847	1.148.933	9,3	-32,8	1,5
Comerciais leves	22.660	24.139	260.638	29.088	190.766	-6,1	-22,1	36,6
Caminhões	10.743	11.149	101.080	7.674	67.700	3,6	40,0	49,3
Semileves	100	112	925	103	740	-10,7	-2,9	25,0
Leves	1.037	1.141	9.963	976	7.174	-9,1	6,3	38,9
Médios	975	1.032	9.095	797	6.757	-5,5	22,3	34,6
Semipesados	2.889	3.022	26.389	2.200	17.958	-4,4	31,3	46,9
Pesados	5.742	5.842	54.708	3.598	35.071	-1,7	59,6	56,0
Ônibus	905	854	11.843	1.436	11.406	6,0	-37,0	3,8

Mil unid.	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	ANO
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	155,7	165,5	188,5	196,0	205,1	222,9	1.846,8
2021	155,0	153,7	172,0	158,0	169,2	158,1	151,0	149,5	133,2	140,4			1.539,9

Fonte: Renavam/Denatran.

Produção de autoveículos montados

Em relação à produção de veículos montados, houve certa estabilidade entre os desempenhos de setembro e outubro, com leve variação positiva para o último mês. Novamente, no entanto, a comparação entre outubro e o mesmo período do ano anterior mostra uma ampla queda oriunda da recuperação que o mercado e a indústria passaram a vivenciar nos últimos meses de 2020. No acumulado do ano, o saldo é positivo, com quase 20% de aumento frente aos resultados de 2020. Neste último cenário, o desempenho é sustentado principalmente pelo segmento de caminhões, que registrou mais de 90% de alta entre os períodos.

Unidades	2021			2020		VARIAÇÕES PERCENTUAIS		
	OUT A	SET B	JAN/OUT C	OUT D	JAN/OUT E	A/B	A/D	C/E
Total	177.864	173.287	1.827.707	236.468	1.566.559	2,6	-24,8	16,7
Veículos leves	162.978	158.273	1.679.954	223.759	1.481.891	3,0	-27,2	13,4
Automóveis	134.283	133.057	1.377.878	186.400	1.257.900	0,9	-28,0	9,5
Comerciais leves	28.695	25.216	302.076	37.359	223.991	13,8	-23,2	34,9
Caminhões	13.582	13.816	131.884	10.902	68.977	-1,7	24,6	91,2
Semileves	216	232	1.713	19	443	-6,9	1.036,8	286,7
Leves	1.719	2.040	20.748	1.798	11.258	-15,7	-4,4	84,3
Médios	569	872	6.481	505	3.252	-34,7	12,7	99,3
Semipesados	3.879	4.338	38.005	3.518	20.873	-10,6	10,3	82,1
Pesados	7.199	6.334	64.937	5.062	33.151	13,7	42,2	95,9
Ônibus	1.304	1.198	15.869	1.807	15.691	8,8	-27,8	1,1
Rodoviário	179	157	2.099	235	2.641	14,0	-23,8	-20,5
Urbano	1.125	1.041	13.770	1.572	13.050	8,1	-28,4	5,5

Mil unid.	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	ANO
2018	219,2	213,5	267,5	266,5	212,3	256,3	245,9	291,1	223,1	263,2	244,8	177,5	2.881,0
2019	199,1	257,9	240,8	267,6	275,7	233,2	267,0	269,8	247,5	288,5	227,5	170,5	2.945,0
2020	191,7	204,2	190,0	1,8	43,1	98,4	170,7	210,9	220,2	236,5	238,2	209,3	2.014,1
2021	199,7	197,0	200,3	190,9	192,8	166,9	163,6	164,0	173,3	177,9			1.827,7

Fonte: Renavam/Denatran.

SEMINÁRIO DA

REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA

&

EXPO DAY

MERCADO AUTOMOTIVO

18 DE OUTUBRO DE 2022

PRESENCIAL

FECOMERCIO - SÃO PAULO

SAVE THE DATE

WWW.SEMINARIOAUTOMOTIVO.COM.BR

PARTICIPAÇÕES 2021

MASTER EXCLUSIVE

DASA Distribuidora Automotiva
Pellegrino
ROLES Autopeças
Rede PitStop

MASTER

MOBENSANI Borrachas Automotivas

PREMIUM

DANA
KDa peça
DPK
KOLBENSCHMIDT
PIERBURG
NAKATA®
SCHAEFFLER

SPECIAL

BOSCH
CWS
Delphi Technologies
MAHLE
MWM
SABÓ
TAKAO

COMERCIAL

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

REALIZAÇÃO:
SINDIPEÇAS
SICAP
ANDAP
sincopeças
Sindirepa BRASIL

CONTEÚDO TÉCNICO
IQA Instituto de Qualidade Automotiva

ORGANIZAÇÃO
grupo photon

AUTOPROMOTEC 2022, BOLONHA, ITÁLIA. A VOLTA AO CONVÍVIO.

A Autopromotec, feira internacional bienal de equipamentos e aftermarket automotivo, se confirma como um evento imperdível para o setor automotivo mundial.

Após o encerramento das inscrições em 30 de outubro, a 29ª edição da Autopromotec, que será realizada em Bolonha, na Itália, de 25 a 28 de maio de 2022, os organizadores anunciaram números notáveis, com vários salões lotados e alguns setores com forte crescimento.

O espaço de exposição atualmente cadastrado receberá toda a gama de produtos no evento. Algumas áreas também experimentaram aumento nos registros, o que levou os organizadores a reservar ainda mais espaço para setores específicos do mercado.

Depois de muito tempo, a Autopromotec voltou para ser a maior oportunidade para os players do mercado de reposição automotiva conhecerem e descobrirem pessoalmente todas as inovações envolvidas no processo de evolução tecnológica que vem moldando o setor nos últimos anos. Este é de fato o primeiro grande evento presencial desde 2019.

Renzo Servadei, CEO da Autopromotec, comenta o elevado número de inscrições recebidas: "Estamos muito orgulhosos em confirmar que a Autopromotec 2022 terá uma participação massiva de todo o setor de reposição automotiva nacional e internacional.

A Autopromotec é uma feira internacional de equipamentos automotivos e produtos de reposição que acontece a cada dois anos no Centro de Exposições de Bolonha. Fundado em 1965, o evento é organizado pela Promotec, empresa de serviços pertencente à AIRP – Associazione Italiana Ricostruttori Pneumatici (Associação Italiana de Reformadores de Pneus) – e AICA – Associazione Italiana Costruttori Autoattrezzature (Associação Italiana de Fabricantes de Equipamentos Automotivos).

A feira – que reúne mais de 580 categorias de produtos, abrangendo todos os subsetores do mercado de reposição – é uma seleção de feiras especializadas, onde os visitantes podem planejar facilmente roteiros personalizados com base em seus interesses profissionais.

Para se manter atualizado sobre a Autopromotec e os acontecimentos do show, confira as informações no site www.autopromotec.com e acompanhe todas as novidades também nas redes sociais Facebook, LinkedIn, Twitter e IG (@Autopromotec e #Autopromotec2022).

Nos veremos por lá!

autopromotec 2022

www.autopromotec.com

29ª FEIRA BIENAL INTERNACIONAL DE EQUIPAMENTOS E AFTERMARKET AUTOMOBILÍSTICO

25-28 de maio de 2022
Bolonha, Itália

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

Promovido por AICA, AIRP

Membro de um conselho MOTOR VALLEY

Organizado por promotec

Em colaboração com Bologna Fiere

Com o apoio de Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation, ITA ITALIAN TRADE AGENCY

IQA anuncia vencedores da 1ª edição do Prêmio da Qualidade

Claudio Moyses

Diretor-presidente em exercício do IQA

Em cerimônia on-line realizada no dia 17 de novembro, o Instituto da Qualidade Automotiva divulgou os ganhadores do projeto promovido com o apoio da Anfavea e do Sindipeças.

A cerimônia de premiação da 1ª edição do Prêmio da Qualidade IQA, transmitida através do canal do Youtube do IQA, premiou os três melhores projetos inscritos que apresentaram soluções inovadoras e impactaram positivamente o setor automotivo nacional.

"A iniciativa buscou trazer o que de mais inovador está sendo desenvolvido na área da Qualidade Automotiva, valorizando os profissionais que atuam no setor e buscando compartilhar as boas práticas da indústria, melhorando e incrementando a experiência do cliente no final e a sustentabilidade do setor", afirmou Cláudio Moyses, diretor-presidente do IQA, durante a cerimônia.

O projeto, apoiado pela Anfavea (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores) e pelo Sindipeças (Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores), nasceu na Comissão da Qualidade Conjunta (CQUAL) e contou com a participação de Luiz Carlos Moraes e Dan Ioschpe, presidentes das duas instituições parceiras.

"Um automóvel é composto de mais de 4 mil componentes produzidos internamente, ou por 300 a 400 fornecedores em mais de 100 processos industriais. É importante destacar esses números para que todos tenham a noção da importância dos profissionais que zelam pela Qualidade no setor automotivo", destacou Moraes.

"O Prêmio da Qualidade IQA cumpre um papel muito importante no setor da mobilidade. A Qualidade, assim como a Inovação, são partes essenciais da competitividade desse setor, e o Sindipeças tem feito trabalhos em conjunto com o IQA para avançarmos bastante nesse capítulo, para que o Brasil se torne um participante ativo nessa cadeia global de mobilidade", afirmou Ioschpe.

O processo de seleção teve 48 projetos inscritos, todos já em funcionamento em suas empresas, e foram avaliados por uma banca com representantes do IQA e da CQUAL, sendo que as 10 melhores iniciativas foram selecionadas para a fase de apresentação final para a banca avaliadora, de onde saíram os três vencedores.

As bancas avaliadoras foram compostas por membros da Anfavea, sendo eles Marcos Valadares, Alexandre Cremonezzi, William Aquino, Celso Gonçalves, Fernanda Zucoloto e Rodrigo Lemos; do Sindipeças, representado por Raul Pereira, Rodrigo Jannuzzi, Rogerio Guedes, Amilcar Carrascoza, José Jóia e Aline Damaceno, e pelo IQA, os avaliadores foram Ingo Pelikan, Everton Silva, Sérgio Kina e Sérgio Fabiano.

*O **IQA** – Instituto da Qualidade Automotiva – é uma organização sem fins lucrativos de desenvolvimento e disseminação da Qualidade no Setor da Mobilidade, com objetivo de proporcionar mais segurança ao consumidor, a partir de produtos, sistemas e pessoas com qualidade assegurada através de certificações compulsórias ou voluntárias.*

Criado em 1995 por entidades do setor e do governo, o IQA oferece soluções que fomentam a Qualidade além da certificação, como com treinamentos presenciais e on-line, conteúdo técnico em publicações/estudos técnicos, inspeções e ensaios de laboratório, com uma cultura de inovação e proximidade às necessidades das organizações e sociedade. É representante de órgãos internacionais e acreditado pela CGCRE (Coordenação Geral de Acreditação) do Inmetro como organismo de certificação. Acesse o site www.iqa.org.br.

LS Indústria e Comércio de Auto Peças Ltda

Cinto de segurança salva vidas.

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

DG13

Visite nosso site

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

ERIK PENNA

ESTRATÉGIAS DE MARKETING E VENDAS

Como transformar água em vinho no mundo dos negócios

Segundo uma pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), 89% dos micro e pequenos negócios foram impactados e tiveram redução do faturamento em 2020 em comparação com 2019. Isso é preocupante, mas como se reinventar num momento tão conturbado e se preparar para o pós-pandemia?

Realmente o mercado não está fácil e, muitas vezes, desmotivador. De toda forma, por mais complicado que seja o momento, é importante lembrar que se trata apenas de um período. O caminho pode estar penoso, mas não é eterno, é só um pedaço do trajeto.

A seguir, alguns passos que contribuem na reconstrução de resultados e comportamentos:

Propósito: o primeiro passo na busca por reinventar o negócio é pensar qual o verdadeiro propósito dele. Por exemplo: um buffet não pode, por enquanto, realizar festas presenciais, mas é possível rever a missão e ofertar momentos felizes. Afinal, se os clientes não podem ir até o salão, o buffet pode propiciar uma festa na casa do cliente, levando brinquedos, infláveis, bolo, doces, salgados e criando uma festa virtual com convidados e monitores. Essa ideia é válida para inúmeros negócios, principalmente aqueles que ainda não descobriram outras formas de perpetuar a empresa.

Dor: é preciso refletir sobre qual tem sido a nova dor do consumidor. Esse foi o caso de uma gráfica que vendia impressos e formulários e viu as vendas despencarem. A partir daí, o diretor percebeu que a venda de embalagens para delivery poderia resolver a dor de muitas empresas, que começavam a operar com entregas, e estavam em busca de embalagens para acondicionar produtos.

Siga o dinheiro: pesquisar no Google Trends (ferramenta gratuita que permite acompanhar a evolução do número de buscas por uma determinada palavra-chave ao longo do tempo) as palavras mais buscadas é outra dica. Assim, será possível descobrir o interesse desses possíveis compradores e para onde o dinheiro deles está indo.

Marca: se mesmo com todas as ideias e iniciativas não for possível fazer venda, é possível fazer marca. Cuidar da presença on-line da empresa, produzir posts criativos e divulgar ações na internet são algumas ações inteligentes. É preciso se manter bem posicionado na cabeça do cliente.

Qualificação: é importante treinar a equipe de forma on-line, aproveitar que agora há tempo disponível para capacitar todo o pessoal para servir, atender um novo perfil de cliente com maestria e sem fricção, destacando o protagonismo que cada um pode exercer numa eventual economia de baixo contato que vem por aí. Fique atento, afinal, muitos querem vencer, poucos querem se qualificar.

Clientes:

- **Cauteloso:** com a segurança, com medo e maior zelo com a saúde. Portanto, não basta ser, é preciso parecer, ou seja, mostrar e comunicar aos clientes internos e externos todas as medidas sanitárias adotadas;
- **Conectado:** muito bem informado e digitalizado pós-quarentena em casa, full time na internet;
- **Decaído:** pode-se preparar combos e ofertas para que, se o cliente chegar com menos dinheiro no bolso, seja possível fazer negócio com ele.

Ansiedade: o momento é de muita ansiedade, a vacina chegou e uma das perguntas mais feitas ainda é: quando tudo isso vai terminar?

Segundo a OMS-Organização Mundial da Saúde, o Brasil é o país mais ansioso do mundo. E com a pandemia, essa ansiedade aumentou. É viável afirmar que ansiedade é na verdade um excesso de futuro, uma preocupação extrema com o que está por vir. Assim, o indivíduo deixa de aproveitar o momento, não identifica a alegria do hoje, não percebe a paixão que precisa ter pelo agora.

Não se sabe exatamente quando a pandemia terminará. Mas é possível minimizar a ansiedade e melhorar o dia mudando o foco e a pergunta para: "O que se pode fazer de melhor hoje?"

Portanto, tome agora uma dose de vitamina "0" de otimismo e siga em frente, com resiliência e uma motivação nota dez.

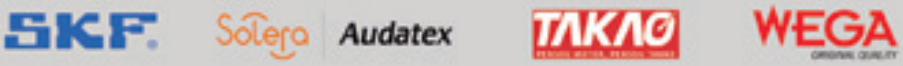
A PREMIAÇÃO MAIS AGUARDADA DO SETOR DA REPARAÇÃO AUTOMOTIVA FOI UM SUCESSO!!

Assista a edição 2021 completa:
WWW.PREMIOSINDIREPASP.COM.BR

→ Parceiro da Reparação

→ Patrocínio Ouro

→ Patrocínio Prata



→ Patrocínio Bronze

REALIZAÇÃO

ORGANIZAÇÃO

PATROCÍNIO TÉCNICO

APOIO DE MÍDIA

Inovação permite que pequenos negócios se diferenciem no mercado

Com o apoio do Sebrae, empreendedor é orientado a realizar melhorias de gestão e a oferecer soluções inovadoras para os clientes

Por meio da inovação, muitas micro e pequenas empresas conseguiram driblar as restrições da pandemia da Covid-19. Para enfrentar a crise, buscaram se manter próximas aos clientes com uso das redes sociais, promoveram inovações em processos com mudanças internas, aprimoraram produtos, reduziram custos e até mesmo mudaram os modelos de negócio para acompanhar as novas tendências de consumo.

Desde o início da crise, o Sebrae tem monitorado os pequenos negócios para oferecer soluções, conteúdos e serviços que orientem os empreendedores na busca de inovações em diversas áreas do negócio.

De acordo com o gerente de Inovação do Sebrae, Paulo Renato Cabral, a inovação foi fundamental para que os pequenos negócios atravessassem o período de crise na pandemia.

"Observamos que o setor do comércio conseguiu se

reinventar com a inserção digital, com vendas pela internet, divulgação dos produtos nas redes sociais e explorando as plataformas de comércio eletrônico, inclusive alguns negócios se mantiveram apenas no on-line depois do abrandamento das restrições da pandemia", comentou.

Já no segmento de serviços, ele aponta que a saída foi ir até o cliente para prestar o serviço, mas alerta que, devido aos custos operacionais e a retomada das atividades, essa estratégia pode não ser viável para todos os negócios.

"Durante a fase mais branda da pandemia, muitos serviços começaram a ser oferecidos dentro da casa dos clientes, seja na área de beleza, moda ou até mesmo com aulas de música, por exemplo. Foi uma estratégia muito bem-sucedida naquele momento", pontuou.

No caso das empresas que ainda não conseguiram inovar e não sabem como começar, o especialista do Sebrae recomenda atenção às dores dos clientes. "É preciso dar uma parada para olhar para o mercado e para o seu cliente. Escutá-lo e verificar qual necessidade dele não está sendo atendida. Ficar atento para onde está indo o negócio dele a partir das tendências do mercado. E, então, preparar-se para atender a essas demandas dos clientes e do mercado", ressaltou.

Atento às necessidades dos empreendedores, o Sebrae tem ajudado os pequenos negócios a trilhar um caminho de inovação com iniciativas e programas. O UP Digital Marketing oferece uma jornada intensiva, totalmente on-line e gratuita, de 10 dias úteis com conteúdos exclusivos, sob orientação de especialistas em Marketing Digital.

O objetivo é que, ao longo dos encontros coletivos virtuais e mentorias individualizadas, os empreendedores coloquem em prática conhecimentos para aplicar estratégias e ferramentas, de acordo com as necessidades e os objetivos do negócio. Conheça mais sobre o UP Digital no link a seguir: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/updigital.

Por sua vez, a metodologia do ALI (Agentes Locais de Inovação), que oferece soluções para aumentar a produtividade das empresas, foi incorporada ao programa Brasil Mais, iniciativa do governo federal, em parceria com o Sebrae e o Senai. A meta do programa é atender 105 mil empresas em dois anos. Para isso, um time de 1.016 Agentes Locais de Inovação está preparado para atuar em todos os estados brasileiros. Até o momento, 22.250 empresas já passaram pelo Brasil Mais e outras 22 mil se encontram em atendimento. Em novembro, é iniciado um novo ciclo do programa. Conheça mais sobre o Brasil Mais no link a seguir: https://brasilmais.economia.gov.br/.

Com as consultorias subsidiadas do programa Sebraetec, muitos pequenos negócios conseguiram aumentar o faturamento durante a pandemia. Somente no ano passado foram quase 50 mil atendimentos em todo o País. Ao todo, o Sebraetec oferece mais de 250 soluções proporcionadas por prestadores de serviços credenciados pelo Sebrae nos eixos de Produção e Qualidade; Design; Sustentabilidade; Saúde e Segurança no Trabalho, e Desenvolvimento Tecnológico para todos os perfis de pequenos negócios nos setores de comércio, serviços, indústria e agronegócio. O Sebrae subsidia até 70% dos custos das consultorias. Conheça mais sobre o Sebraetec no link a seguir: https://datasebrae.com.br/sebraetec/.

Semana de Inovação

Chegando à sua sétima edição, a Semana de Inovação 2021 já se tornou referência como o maior evento de inovação em governo da América Latina. Organizado pela Escola Nacional de Administração Pública (Enap), pelo Tribunal de Contas da União (TCU), pela Faculdade Latino-Americana de Ciências Sociais (Flacso) e pelo Ministério da Economia, com apoio do Sebrae, o evento ocorreu nos dias 9 a 12 de novembro em formato on-line e gratuito.

Foram centenas de horas de atividades, conteúdo on demand, além de mais de 30 palestrantes de renome nacional e internacional, pitchs de profissionais das mais diversas áreas, galeria virtual, oficinas, mesas redondas e happy hour regado a conversa interessante e reflexões de alto nível.

"Desde o início da pandemia, acompanhamos como as MPE ampliaram a sua presença digital. Levantamentos do Sebrae apontam que pelo menos 70% das micro e pequenas empresas do País já fazem uso da internet e de aplicativos como forma de divulgação e efetuar vendas. Nosso esforço tem sido para qualificar cada vez mais esses empresários e disponibilizar políticas públicas que venham ao encontro dessa necessidade premente. Além disso, é fundamental investir esforços na estruturação dos ecossistemas locais de inovação como forma de ampliar a cooperação entre as diversas instituições", analisa Diogo Costa, presidente da Enap.

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

Celebra 80 anos de história

Atender com eficiência o mercado de autopeças sempre foi o nosso objetivo desde o primeiro dia. E hoje vemos que toda essa dedicação valeu a pena.

A Pellegrino completa 80 anos com 28 filiais e eleita a Melhor Distribuidora do Brasil, segundo o Prêmio Maiores e Melhores 2020, uma das mais importantes honrarias do aftermarket brasileiro.

Você, que sempre esteve ao nosso lado, é responsável por isso. Agradecemos essa história de parceria que construímos juntos ao longo dessas oito décadas de trabalho e sucesso.

SEGURANÇA E CONFORTO EM CADA TRAJETO

PODE CARIMBAR AMORTECEDOR É COFAP

Com 1100 códigos e **98% de cobertura da frota,** a linha leve de amortecedores Cofap oferece 4 diferentes tecnologias: Turbogas, Super, Power Shock e Spa.

Para garantir a melhor experiência aos motoristas, todos os amortecedores contam com a **tradição, excelência** e, claro, o maior diferencial do mercado: **o selo melhor amigo de qualidade.**

SEU MELHOR AMIGO ESTÁ ONLINE

SIGA: /cofap @cofap_oficial /CofapOficial /cofap-oficial mmcofap.com.br

cofap

No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.