MERCADO AUTOMOTIVO

ANO 31
Nº 296
APOIO
ANDAP 50 anos
ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS DISTRIBUIDORES DE AUTOPEÇAS

SEU CANAL DE COMUNICAÇÃO COM A REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA

CAPA

PERSPECTIVAS DO SETOR DE AUTOPEÇAS PARA 2022

Mercado espera por retomada em 2022, em cenário que volta a valorizar o carro próprio

[pág. 20]

ECONOMIA

EMPRESAS APOSTAM CADA VEZ MAIS NO COMÉRCIO ELETRÔNICO, MAS DEVEM ATENTAR-SE À LGPD

[pág. 14]

ENTREVISTA SÉRGIO L. CARVALHO ASSUME COMO CEO DAS EMPRESAS RANDON E FALA SOBRE OS DESAFIOS DE SUA GESTÃO pág. 10

Obrigado a todos que participaram e boa viagem aos ganhadores!

A Pellegrino agradece a todos que participaram da campanha em comemoração aos nossos 80 anos. Esses são os 40 ganhadores que vão para a Itália com acompanhante aproveitar uma experiência incrível!

Pellegrino 80 anos

Confira:

1. ABELL CAR ACESSÓRIOS E EQUIPAMENTOS EIRELI
2. ALFA AUTOPEÇAS LTDA
3. ATACADÃO DAS PEÇAS P.R.B. EIRELI
4. AUTO MECÂNICA BALTERDIESEL LTDA
5. AUTO PEC BOM JESUS LTDA
6. AUTO PEÇAS ARANTES CAPINÓPOLIS LTDA ME
7. AUTO PEÇAS ARANTES LTDA
8. AUTO PEÇAS MARTINS E STORTE LT
9. AUTO PEÇAS RENE LTDA - ME
10. BORIN E CIA LTDA
11. C. A. RAMPINI COMÉRCIO DE PEÇAS
12. CADIESEL PEÇAS E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULO
13. CARUEME CAMINHÕES LTDA
14. CELIO GARCIA & CIA LTDA
15. CLEIDESON ALVES DA CRUZ
16. COOPERATIVA ESP EM SERV E PCS COOPERVEL
17. DIEGO APARECIDO A DE PAIVA
18. DIRCEU ARAUJO CORREA DE ALMEIDA PEÇAS
19. E A R DA SILVA PEÇAS AUTOMOTIVAS
20. E N REDIVO E CIA LTDA
21. ELYDAYANE DOS SANTOS RIBEIRO
22. F N R GOMES ME
23. FAVRETO LORENZETI CIA LTDA - ME
24. FEMPCAR AUTOPEÇAS E SERVIÇOS LTDA
25. FORMIGONI E FRONHO LTDA EPP
26. FRANCISCO DE ASSIS COLARES ME
27. FRED CAR PARELHEIROS AUTO PEÇAS LTDA ME
28. GALLOS COMÉRCIO DE PEÇAS - EIRELI
29. IJ BIZOTTO COMÉRCIO DE PEÇAS E SERVIÇOS
30. JF LOCAÇÕES DE VEÍCULOS E MÁQUINAS LTDA
31. LINO COM. VAR. DE PEÇAS AUTO. LTDA
32. M K AUTO SERVICE LTDA EPP
33. MATO GROSSO SERVIÇOS DE CARDANS LTDA ME
34. O & S COMÉRCIO DE PEÇAS PARA VEÍCULOS LI
35. PÉ NA TÁBUA AUTOPEÇAS LTDA ME
36. ROSELHO DE SOUZA
37. SEVERINO RAMOS A DE ALMEIDA EIRELI
38. TRANSMOLAS DISTRIBUIDORA PEC AUTOM LTDA
39. VANESSA MONTEIRO SILVA TATUI - ME
40. WILSON BRINK JUNIOR

Pellegrino 80 anos

Com a Pellegrino, você vai muito mais longe. Andiamo!

flag.

Desafios para reposição em 2022

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

Estes dois últimos anos marcados pela pandemia mudaram o cenário econômico brasileiro. Alta da inflação, perda do poder de compra do consumidor e aumento das taxas de juros são fatores que mostram como 2022 será desafiador.

O setor de reposição, embora resiliente, sofre o impacto da economia e, muito embora a venda de carros novos ainda patine e está longe de chegar aos patamares de 2018 e 2019, o que deveria ser fator positivo para impulsionar a manutenção de veículos, a queda do poder aquisitivo das famílias afeta sensivelmente os gastos com esses serviços nas oficinas.

Essas questões estão abordadas na matéria de capa desta edição com uma abordagem ampla de todas as possibilidades, inclusive destacando os novos tipos de consumidores no aftermarket, como seguradoras com frotas e motoristas de aplicativos que têm perfis diferentes dos proprietários de veículos.

Um dos principais problemas gerados pela pandemia ao setor automotivo, a supervalorização de veículos - tanto novos quanto usados - também é tratada na reportagem, inclusive sob o ponto de vista tributário. Há, ainda, a reflexão sobre como gerar interesse no jovem pelo carro próprio, pois ele será o consumidor do futuro.

Além de outras novidades sobre o mercado, esta edição também traz entrevista exclusiva de Sérgio L. Carvalho, que acaba de assumir o cargo de CEO das Empresas Randon. O executivo, que estava à frente da Fras-le, powerhouse de reposição em autopeças da Randon com as marcas Fras-le, Lonaflex, Fremax, Controil e Nakata, conta as novidades que devem ser apresentadas ao mercado de autopeças e as perspectivas para este ano.

Até breve!

Boa leitura!

Rodrigo Carneiro
Presidente da ANDAP

ORI

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

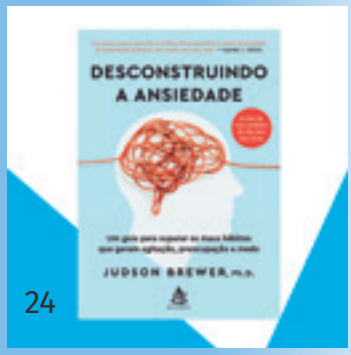
26 Anos

ÍNDICE

10

14

20



24

10 ENTREVISTA
Sérgio L. Carvalho é o novo CEO das Empresas Randon e fala sobre as perspectivas para 2022

14 ECONOMIA
Aumenta o número de empresas que atuam com comércio eletrônico

18 ARTIGO - ERIK PENNA
As 7 práticas para a excelência na liderança

20 MATÉRIA DE CAPA
Setor de autopeças espera por retomada em 2022, com o mercado que volta a valorizar o carro próprio

23 IQA
Certificação de Reparadores Automotivos IQA busca certificar profissionais da área

24 CULTURA
Em livro, especialista discorre sobre o transtorno de ansiedade, cada vez mais presente na população brasileira

28 ARTIGO - SEBRAE
Empreendedor: saiba como reduzir os impactos das novas políticas dos marketplaces

32 COBERTURA AUTOMECHANIKA SHANGHAI

34 ARTIGO - SINDIREPA
Movimento mundial Right To Repair chegou ao Brasil

38 ARTIGO - ESET
Redes Sociais no trabalho: dicas de segurança cibernética para funcionários

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

44 EVENTO AMR
AMR – Auto Maintenance and Repair Expo – Tianjin, China, de 24 a 27 de março de 2022

45 ARTIGO - QUIVER
Aprenda a passar um feedback para sua equipe!

46 EVENTO AUTOPROMOTEC
Autopromotec – Bolonha – 2022

47 GRUPO COMOLATTI CRIA INSTITUTO
O Instituto chega para atuar principalmente na área de Educação

48 FLASH

LS Indústria e Comércio de Auto Peças Ltda

Linha Leve

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

Linha Pesada/Vans

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

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

DG13

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)

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
Armando Diniz Filho

SECRETÁRIOS
Joaquim Alberto da Silva Leal, Mateus Garros de Barros

TESOUREIROS
Antonio Carlos de Paula, Guido Maria Luporini

DIRETORES
Ana Paula Cassorla, Anselmo Dias, Carlos Alberto Pires, Conrado Comolatti Ruivo, Gerson Silva Prado, Jayme Scherer

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

CONSELHO FISCAL SUPLENTES
Arnaldo Alberto Pires, Guido Luporini, Renato Franco Giannini

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

DIRETORIA REGIONAL 2018-2022

SUDESTE
Cláudio Gilberto Marques

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 janeiro e fevereiro de 2022.

SEMINÁRIO DA REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA
EXPO DAY MERCADO AUTOMOTIVO

AUTO MAINTENANCE & REPAIR

27 – 30.5.2022

National Convention & Exhibition Center (Tianjin), China

A rejuvenated outlook

China international trade fair for auto service, parts, maintenance and repair technology and equipment

www.amr-china.cn

messe frankfurt

中国汽车保修设备行业协会

中国汽车维修行业协会

Divulgação

Gestão profissionalizada

Em meio a todos os desafios impostos pela pandemia de Covid-19, as Empresas Randon mantiveram um importante processo de mudança e profissionalização em sua gestão. É nesse sentido que Sérgio L. Carvalho assumiu neste ano como CEO das Empresas Randon. O executivo mantém o cargo de Presidente e CEO da Fras-le, parte do grupo.

As Empresas Randon decidiram pela separação da posição de Presidente e CEO no Grupo, que até então era exercida por Daniel Randon. De acordo com a companhia, a mudança faz parte do plano de profissionalização do grupo e estava prevista desde 2019. Carvalho ressaltou que seu objetivo no novo cargo é dar continuidade aos movimentos de crescimento da companhia. Confira sua entrevista à **Mercado Automotivo** a seguir:

Mercado Automotivo – Você assume em 2022 como CEO das Empresas Randon. Quais são os principais desafios desta nova experiência?

Sérgio L. Carvalho – Estou muito contente e animado com o desafio que me foi proposto para assumir como CEO das Empresas Randon. É a primeira vez nos 73 anos de história das Empresas Randon que um profissional fora da família assume esta posição e, portanto, me sinto muito honrado.

Na posição que ocupo hoje, estou totalmente conectado à operação, aos desafios vividos pelo nosso negócio nos últimos anos, às estratégias e às transformações que estamos vivendo e, sem dúvida, nosso objetivo é dar continuidade aos movimentos de crescimento da companhia.

Nessa linha, incluímos avanços em mercados de atuação, com foco na expansão internacional, e investimentos em iniciativas envolvendo inovação e com atenção ao ESG

[Environmental, social and corporate governance; em português Governança ambiental, social e corporativa]. Estamos cada vez mais trabalhando com pesquisas avançadas e com novas tecnologias com o objetivo de trazer soluções inéditas para nossos clientes, e isso também seguirá como um dos focos nos próximos anos.

MA – Em meio à pandemia de Covid-19, muitas empresas foram obrigadas a rever processos. Mudanças que haviam sido programadas tiveram de ser adiadas ou canceladas. As Empresas Randon, por sua vez, mantiveram os processos de mudanças em sua estrutura organizacional. Gostaria que falasse sobre essa decisão. Por que foi importante manter essas mudanças?

SLC – Acreditamos que toda crise sempre gera oportunidades! A pandemia de Covid-19 nos instigou a acelerar inúmeros projetos e iniciativas dentro das Empresas Randon e, com isso, foi possível avançar ainda mais em processos e práticas inovadoras.

Focamos, principalmente, no desenvolvimento de soluções mais ágeis, fomentando a conexão e parcerias com startups, desenvolvimento de projetos de automação que gerem maior eficiência, produtividade, qualidade, integração entre nossas unidades e segurança. Além disso, reforçamos uma série de ações com olhar para o ESG, como é o caso da governança das Empresas Randon, que também seguiu sua rota de evolução, colocando a empresa sempre em linha com as melhores práticas de mercado.

MA – Também durante a pandemia, muitas empresas tiveram que reduzir suas pautas voltadas à ESG. As Empresas Randon seguem ativas nesses temas? Por quê?

SLC – Correto. É muito simples. Nossas ações voltadas para segurança, saúde dos colaboradores, meio ambiente, social são motivadas principalmente por nossos princípios e não por uma demanda externa, do ambiente de negócios em que nos encontramos. Dessa forma, continuamos fiéis aos nossos valores e sempre aprimorando iniciativas envolvendo ESG com o objetivo de enfrentar os desafios globais e do negócio, além de contribuir para a economia e para um mundo melhor.

Além de inúmeros projetos voltados para a comunidade e ações com foco no meio ambiente, em 2021 tivemos um marco importante na nossa história. Lançamos os nossos Compromissos Públicos ESG, no qual nos comprometemos com metas para diferentes frentes da empresa:

- Duplicar o número de mulheres em cargos de liderança até 2025.
- Zerar acidentes graves.
- Reduzir 40% da emissão de gases de efeito estufa até 2030.
- Zerar a disposição de resíduos em aterro industrial e a reutilização de 100% dos efluentes até 2025.
- Ampliar a receita líquida consolidada anual gerada por novos produtos.

MA – Ainda que seja muito difícil traçar prognósticos, quais são as expectativas das Empresas Randon para o Brasil nestes próximos dois anos? É possível ser otimista?

SLC – É possível ser otimista. Por um lado, existem setores da economia, como o agronegócio, que têm crescido numa velocidade grande, conquistando mais e mais mercados internacionais e desvinculados das incertezas do ambiente doméstico. A população mundial tem crescido numa taxa superior ao aumento da produção de grãos com a proteína animal, e o Brasil tem sido visto com o maior contribuinte para esse problema. Temos demanda reprimida causada pela pandemia e incentivos à recuperação por parte dos governos de muitos países, incluindo o Brasil. Porém, precisamos ser cautelosos. Temos algumas questões que preocupam se olharmos no curto e médio prazos, como inflação, impacto do aumento da taxa básica de juros, escassez de matéria-prima, além de estarmos em um ano eleitoral no Brasil.

MA – Em sua opinião, é possível dizer que o pior da pandemia já passou? Pergunto em relação aos impactos financeiros causados pela pandemia no País.

SLC – Acreditamos que ao superarmos a atual crise causada pela variante Ômicron, teremos superado a fase mais crítica, em razão da vacinação. Sabemos que o vírus continuará evoluindo e novas variantes surgirão, mas temos esperança de que os investimentos em P&D nos mantenham atualizados com novas soluções capazes de lidar com os novos vírus.

MA – Você considera que o investimento em inovação, pesquisas e desenvolvimento é um grande diferencial para empresas do setor automotivo? É possível sobreviver sem priorizar essas áreas?

SLC – Sem dúvida o investimento em inovação é fundamental para a sobrevivência das empresas. O setor automotivo precisa estar atento e se antecipar a tudo o que surge em termos de pesquisas e novas tecnologias para o segmento.

Nas Empresas Randon, buscamos estar sempre à frente, acelerando a inovação de produtos, de processos e instigando projetos transformacionais, principalmente ligados à smart manufacturing, aumento de sinergias internas e externas, ganhos de eficiência e busca por novas frentes de negócios.

MA – O que você considera mais urgente para as empresas do setor automotivo nesse momento: uma reforma tributária ou investimentos em infraestrutura no País? Por quê?

SLC – Difícil dizer, já que teríamos antes que definir a abrangência e profundidade da reforma tributária, bem como da magnitude dos investimentos em infraestrutura para poder comparar. Sabemos, contudo, que ambos impulsionam a economia e são de importância fundamental para o País.

Ainda temos um longo caminho em relação aos investimentos em infraestrutura no Brasil. Essa é uma questão que precisa de atenção, e com urgência, se quisermos melhorar a nossa mobilidade. Ao mesmo tempo, outro fator importante para as empresas do setor automotivo é não perder o foco na inovação, buscando novas tecnologias e soluções que possam contribuir, também, para a evolução da mobilidade no País.

MA – Gostaria que falasse sobre o desenvolvimento da Fras-le Smart Composites. Qual sua importância para o grupo?

SLC – A Fras-le Smart Composites integra a estratégia da companhia em oferecer novas soluções para os clientes, com o olhar para a sustentabilidade e para a qualidade dos componentes. Sabemos que independentemente da fonte de energia do veículo, quer seja um motor a diesel, a gasolina, elétrico com baterias ou células de hidrogênio, quanto menor for a massa do veículo menor será o consumo de energia, contribuindo para o meio ambiente e gerando créditos de carbono.

Além disso, com este movimento, a companhia acompanha o rumo das megatendências tecnológicas no setor de mobilidade e alinha seu portfólio aos compromissos públicos de sustentabilidade firmados com foco em ESG.

MA – Gostaria que falasse também sobre a criação da Nione. Por que a empresa representa um marco no mercado mundial? Qual seu ineditismo?

SLC – O grande ineditismo da Nione foi a descoberta do novo método para obtenção de nanopartículas de nióbio em larga escala, apresentado em agosto de 2021 pelas Empresas Randon e pela Fras-le. Ainda em dezembro, a Nione lançou o seu primeiro produto: uma pré-mistura com nanopartículas de óxido de nióbio, que servirá como base para aplicação em revestimentos protetivos. Esse lançamento foi possível por meio da parceira com a WEG Tintas, que terá como primeiro cliente a Fremax, também integrante das Empresas Randon.

As nanopartículas de nióbio têm aplicações em inúmeros campos como siderurgia, energia, resinas e tintas, eletrônica e mesmo cosméticos, melhorando, de forma substancial, suas propriedades mecânicas e elétricas, resistência a corrosão, proteção a raios UV, por exemplo.

Dentro do nosso foco de atuação em ESG, é uma estratégia robusta que reforça a nossa preocupação em desenvolver nossos negócios com sustentabilidade e valorização do conhecimento científico e tecnológico.

MA – Por fim, gostaria que deixasse uma mensagem a todos os colaboradores e parceiros da Empresa Randon.

SLC – Acreditamos que o ano de 2022 será um bom ano, mesmo que sem a pujança dos mercados como visto em 2021. Continuaremos a investir no crescimento da empresa, expandindo os territórios de atuação e portfólio de produtos, aumentando sua capacidade produtiva, investindo em novas tecnologias disruptivas, em automação e em segurança cibernética.

Sabemos que continuaremos a enfrentar os desafios da pandemia, abastecimento de matérias-primas, da logística internacional, da inflação elevada e as consequências do aumento da taxa de juros (Selic), mas confiamos muito em nosso modelo de negócios diferenciado, em nossos planos estratégicos e táticos, mas principalmente na experiência, capacidade e no engajamento e motivação de nossos colaboradores para continuar vencendo.

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

Aumenta o número de empresas que atuam com comércio eletrônico

Ambiente virtual exige maiores cuidados com a Lei Geral de Proteção de Dados

O Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) divulgou números interessantes relacionados à quantidade de empresas que passaram a fazer uso de ferramentas e redes da internet para comercializar seus produtos.

Mesmo com a queda nas medidas restritivas adotadas pelos governos estaduais e municipais nos últimos meses de 2021, a entidade registrou que o número de microempreendedores individuais (MEI) e de micro e pequenas empresas que comercializam seus produtos pela internet continua apresentando incremento.

De acordo com a 13ª Pesquisa de Impacto da Pandemia do Coronavírus nos Pequenos Negócios, realizada pelo Sebrae em parceria com a Fundação Getulio Vargas (FGV) em novembro do ano passado, 74% dos pequenos negócios atuam no comércio eletrônico.

Trata-se do maior patamar da série histórica, que começou a ser realizada em maio de 2020. Na época, 59% dos donos de pequenos negócios atuavam com o comércio eletrônico.

"A digitalização das micro e pequenas empresas, além dos MEI, foi acelerada pela pandemia. Essa é uma realidade que veio para ficar e, mesmo com a reabertura, a busca por canais digitais continua sendo intensa pelos empreendedores que agora estão com a missão de aliar as vendas virtuais com as presenciais", comenta o presidente do Sebrae, Carlos Melles.

Ainda de acordo com a pesquisa, as mulheres são as

que mais digitalizaram seus negócios. O levantamento apontou que oito de cada dez empreendedoras estão no comércio eletrônico, enquanto entre os homens essa proporção cai para sete de cada dez.

Quando a análise é feita por porte, observa-se que os microempreendedores individuais também são mais atuantes com 76% deles vendendo pela internet contra 72% dos donos de micro e pequenas empresas.

"Desde que começamos a série de pesquisas sobre as vendas do comércio eletrônico essa tendência se mantém. Quanto menor o porte, mais digitalizado", pontua Melles.

A plataforma Whatsapp é a mais utilizada para efetuar vendas, sendo adotada por 84% dos pequenos negócios que comercializam eletronicamente. Em segundo lugar, vem o Instagram, com 51% de adeptos, seguido pelo Facebook, com 42%. Apenas 14% desses negócios possuem loja virtual própria e outros 6% utilizam aplicativos como Ifood, Rappi e UberEats. Plataformas de marketplace, como OLX, Mercado Livre e Magalu, abarcam menos de 7% dos empreendedores.

"Os donos de pequenos negócios procuram atuar em plataformas com maior número de usuários e mais conhecidas como forma de incrementar suas vendas", destaca o presidente do Sebrae.

Entre homens e mulheres, a principal diferença está no uso do Instagram. Entre eles, 46% usam a rede social para negócios. Entre as mulheres, o índice é de 58%. Trata-se de uma diferença significativa, que pode indicar uma relevante perda de oportunidades para negócios que são conduzidos por homens em uma rede de amplo alcance.

LGPD

Ao mesmo tempo em que cresce o número de pequenos negócios que utilizam o comércio eletrônico, cresce também a preocupação dessas mesmas empresas em relação ao cumprimento à Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD.

No dia em que se comemorou o Dia Internacional da Proteção de Dados (28/01), foi publicada no Diário Oficial da União a Resolução nº 2/2022 da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), que regulamenta a aplicação da LGPD para os pequenos negócios.

A norma é fruto de uma parceria feita pelo Sebrae com entidades parceiras, para adequar a legislação às características das empresas de pequeno porte.

"Essa foi mais uma vitória que conquistamos em defesa dos pequenos negócios. Sabemos que a LGPD é muito positiva e importante para garantir a proteção dos dados e a liberdade dos titulares no contexto do mundo em rede, mas não podíamos deixar que ela fosse mais um obstáculo para os empreendedores, por isso trabalhamos para simplificar a norma para os pequenos negócios", comemora Melles.

O texto prevê um tratamento diferenciado para as micro e pequenas empresas, dispensando algumas obrigações e simplificando o processo de adequação. "A norma dá maior segurança jurídica às MPE, pois simplifica vários pontos que eram bastante complexos e difíceis de serem implementados pelos pequenos negócios", frisa o presidente do Sebrae.

Entre as simplificações estão a não obrigatoriedade da nomeação de um Encarregado pelo Tratamento de Dados Pessoais e a concessão de prazos diferenciados e, principalmente, o enquadramento na Lei Complementar nº 123, de acordo com o grau de risco que a empresa pode gerar aos consumidores.

Confira a seguir os pontos de destaque na Norma:

- Dispensa da obrigação de nomear um DPO/ Encarregado de Tratamento de Dados Pessoais
- Flexibilização com base no risco e escala do tratamento
- Flexibilização do atendimento às requisições dos titulares por meio eletrônico ou impresso, ou ainda qualquer outra forma que assegure o acesso facilitado
- Dispensa da obrigação de eliminar, anonimizar ou bloquear dados excessivos
- Dobro do prazo com relação a outros agentes de tratamento
- Flexibilização do relatório de impacto como forma simplificada
- Disponibilização de guias e orientações para auxiliar na adequação
- Outras resoluções específicas serão disponibilizadas para facilitar o tratamento de dados pessoais.

São determinações essenciais para auxiliar pequenas empresas que certamente não podem despender recursos extras nesse momento de crise para se adequar a legislações cujos impactos práticos não são realmente sentidos em seu dia a dia.

Prazo para o Simples Nacional

Outra informação de interesse dos pequenos negócios foi divulgada na segunda quinzena de janeiro. Aqueles que estão com débitos com o Fisco terão mais tempo para regularizar a situação fiscal da empresa com o Simples Nacional, sistema de tributação que desburocratiza e reduz a carga tributária.

O Comitê Gestor do Simples Nacional decidiu ampliar o prazo para a regularização para o dia 31 de março. Pela regra anterior, o prazo se encerraria no último dia útil de janeiro.

Dados da Receita Federal revelam que 1,8 milhão de empresas estão inscritas na dívida ativa da União por débitos do Simples Nacional, das quais 160 mil são microempreendedores individuais (MEI). O valor total dos débitos do Simples Nacional inscritos na dívida ativa da União é de R$ 137,2 bilhões.

De acordo com a 13ª pesquisa de Impacto do Coronavírus nos Pequenos Negócios, realizada pelo Sebrae em parceria com a FGV, 66% das empresas estão endividadas, sendo que 28% encontram-se inadimplentes, o que compromete seriamente a recuperação desses negócios.

"Essa é uma vitória dos empreendedores que precisam desse prazo maior para regularizar seus débitos fiscais após dois anos de grandes turbulências. Além disso, esse prazo mais elástico beneficiará as empresas que estão com dívidas na Receita Federal e que, com o veto ao Relp, ficaram sem amparo. Ser excluído do Simples Nacional pode significar a morte de milhões de pequenos negócios e, consequentemente, um aumento no desemprego no País, já que esse tem sido o segmento responsável por mais de 70% das novas vagas de emprego criadas", observa Carlos Melles.

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

ERIK PENNA

ESTRATÉGIAS DE MARKETING E VENDAS

As 7 práticas para a excelência na liderança

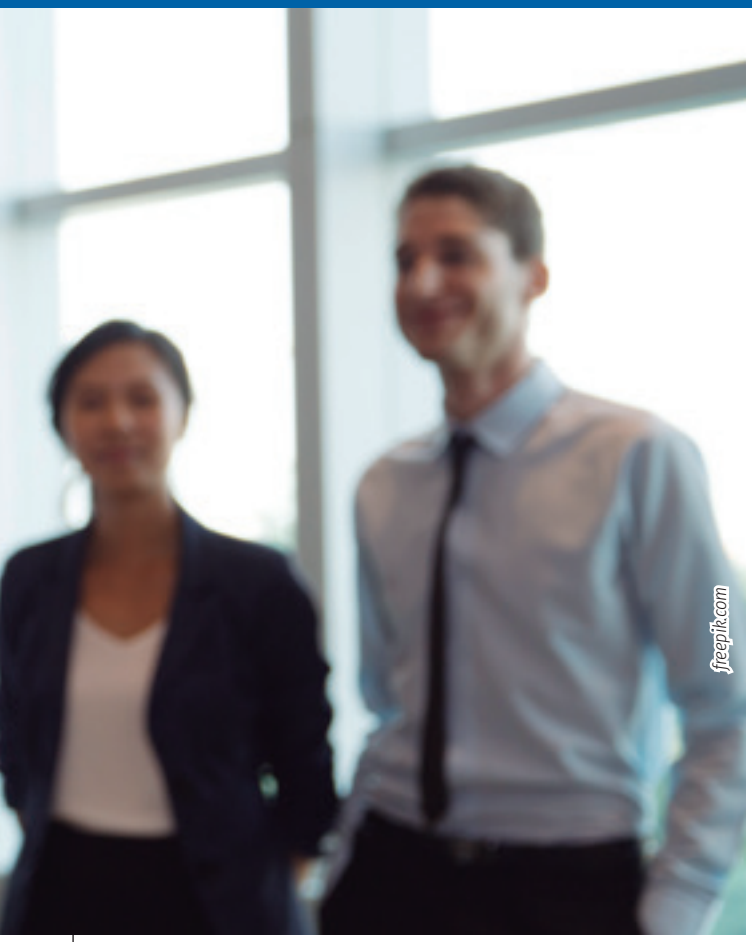
Muitas organizações querem melhorar os resultados e ampliar a desempenho da sua equipe, mas não sabem como ou por onde começar. Eu acredito que a liderança é o "X" da questão e o caminho certo.

James Hunter, autor do livro O Monge e o executivo, define liderança como a habilidade de influenciar pessoas a trabalhar entusiasticamente para atingir objetivos estabelecidos e em prol do bem comum. Ou seja, o papel da liderança é fundamental nas corporações bem-sucedidas.

Presenciei na prática como o líder faz toda a diferença quando fiz um curso com o Instituto Disney. Lá, descobri que a gestão de excelência busca o lucro, mas isso só acontecerá se existir: práticas de encantamento de clientes externos; funcionários satisfeitos, motivados e bem treinados e uma liderança que ensine, inspire e transforme pessoas e resultados.

Faça uma autorreflexão sobre sua performance e as sete práticas para a excelência na liderança que cito a seguir:

1) **Paixão:** é fundamental ter paixão pelo que se faz. Uma frase do filósofo Confúcio expressa bem esse conceito: "Encontre um trabalho que você ame e não terás que trabalhar um único dia em sua vida". Todos nós temos problemas, mas quando fazemos o que gostamos, a paixão vira amor, as dificuldades viram etapas e os resultados acontecem. E você, tem chegado entusiasmado no trabalho como aquela paixão no primeiro dia?



2) **Comunicação:** como tem sido a comunicação com a sua equipe e pessoas ao seu redor? Tem uma frase do Duda Mendonça, um publicitário que eu gosto muito, que diz que comunicação não é o que a gente fala, e sim o que o outro entende.

Eu digo isso porque visito várias empresas em treinamentos e palestras e percebo que alguns funcionários têm medo dos seus líderes. Quando eles estão em algum tipo de apresentação ou recebem instruções de seus superiores, dizem que entenderam por insegurança ou medo. Ocorre que, de fato, isso não é verdade e resulta num desacordo com o que o líder esperava.

3) **Meta:** a meta precisa estar aliada a um bom planejamento e um ótimo monitoramento. Meta é saber aonde quer chegar, planejamento é como chegar e o monitoramento é o acompanhamento que você precisa fazer para este processo ser efetivado com sucesso. Uma dica para ajudar a traçar uma meta corretamente está no sistema SMART, ou seja, ela precisa ser bem Específica, Mensurável, Alcançável, Relevante e Temporal.

4) **Disciplina:** é fazer o que tem que ser feito, ou seja, não adianta fazer apenas o que se tem vontade e, sim, fazer o que for necessário para conquistar o objetivo desejado. E mais: disciplina aliada ao foco. Visitando muitas empresas tenho visto líderes atirando para todos os lados. Eles acabam se esquecendo de focar naquilo que é realmente importante e que precisa ser feito.

5) **Motivação:** um grande líder precisa saber envolver as pessoas, motivar todos os integrantes da equipe. Com isso, conseguirá transformar interesses individuais em objetivos comuns.

Segundo a teoria do especialista no assunto, o psicólogo David McClelland, a motivação é algo intrínseco, ou seja, de dentro para fora. Mas cabe ao líder criar um ambiente motivador para que o próprio colaborador se automotive. Fatores como desafios constantes, reconhecimento, elogio, possibilidades de crescimento profissional e um bom clima organizacional, favorecem para que os números e os resultados cresçam.

6) **Resultados:** nada convence mais do que resultado, portanto, não fique trocando resultado por desculpas. Alguns líderes que não conseguem seus objetivos começam a se justificar e desculpar o tempo todo. Lembre-se ainda que o resultado não deve ser conquistado a qualquer custo ou preço, afinal, o líder deve ser exemplo para os demais.

7) **Equilíbrio:** um verdadeiro líder precisa saber administrar o tempo, conciliar a carreira profissional e a vida pessoal, para não correr o risco de ser apenas um grande líder profissional. Ele precisa ter tempo para poder cuidar dos outros pilares que compõem a felicidade, por exemplo, dedicar-se à família. Afinal, não há sucesso profissional que compense o fracasso pessoal.

Acredito que o verdadeiro sucesso é ser feliz, portanto, aproveite intensamente cada momento, só assim a felicidade será plena.

Perspectivas para 2022

Setor de autopeças anseia por retomada em 2022, com o mercado que volta a valorizar o carro próprio

Traçar previsões, prognósticos e análises sobre oportunidades futuras tornou-se tarefa das mais difíceis em todos os setores da indústria e do comércio, graças, principalmente, às consequências sem precedentes geradas pela pandemia de Covid-19. O que começou como algo que afastaria as pessoas de seus ambientes de trabalho e convívio social por duas ou três semanas, tornou-se uma crise que, no Brasil, inicia seu terceiro ano ainda sob muitas incertezas, medos e anseios da população em geral.

Com o setor de reposição automotiva não poderia ser diferente. Uma análise de perspectiva para 2022 precisa levar em consideração uma série de fatores, fazendo com que a avaliação ora tenda para o espectro positivo, ora caminhe para conclusões negativas.

No âmbito da valorização do setor de reposição, é preciso considerar o grave impacto que a pandemia teve sobre a venda de veículos novos no Brasil. Segundo dados consolidados pela ANFAVEA (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores), o número de veículos novos licenciados em 2021 foi apenas 1% superior ao de 2020: 1,86 milhão contra 1,84 milhão. Bem abaixo, no entanto, do que os números registrados no período pré-pandemia, com 2,49 milhões em 2019 e 2,25 milhões em 2018.

Os baixos índices de licenciamento foram refletidos também no primeiro mês de 2022. De acordo com a Fenabrave (Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores), a indústria de veículos fechou o primeiro mês de 2022 com o pior janeiro em vendas em 17 anos. Foram 126,5 mil unidades licenciadas, considerando carros de passeio, utilitários leves, caminhões e ônibus.

São muitos os motivos que levam o brasileiro a suspender ou adiar a compra de um carro novo. De imediato, verifica-se que as dificuldades das montadoras em entregar os veículos em um prazo adequado desanimaram boa parte do mercado consumidor, que não queria esperar 50, 60 e até 70 dias para receber seu produto. Foi preciso entender, ao longo da pandemia, que esse cenário de espera não era motivado por um aumento da demanda, mas por problemas no fornecimento de

componentes como os semicondutores, cuja demanda cresceu exponencialmente durante a crise.

A necessidade de transformação digital das empresas em meio ao período de isolamento social em todo o mundo fez com que a oferta de componentes eletrônicos no mercado não fosse suficiente para atender diversos setores. Com a escassez desses materiais, o brasileiro passou a não só ter de esperar mais para receber seu carro zero, como também foi necessário desembolsar um valor muito maior na aquisição do bem. Uma relação de oferta e procura pura e simples, afinal.

Em meio a este cenário, uma das análises mais propagadas na reposição automotiva brasileira era de que os consumidores, de forma racional, iriam priorizar a manutenção de seu veículo usado. Afinal, a troca do bem por um modelo novo se tornava cada vez mais inviável. Assim, esperava-se por uma natural valorização da manutenção veicular, favorecendo os resultados dos players do setor em um mercado pujante.

Esse entendimento segue válido. Ou seja, diante das dificuldades do brasileiro em adquirir um produto novo, a manutenção preventiva e preditiva se torna uma necessidade de todos que já contam com um veículo usado. O principal problema é que o brasileiro não deixou de adquirir um veículo novo somente pelo aumento no prazo de entrega. A crise financeira que acomete milhões de famílias no País foi um duríssimo golpe no poder de compra de boa parte dos consumidores, e isso afetou também a ideia de cuidar da manutenção de um veículo usado.

Crise financeira

A crise financeira que atinge milhões de famílias em todo o Brasil permanece e exige uma resiliência sem precedentes dos brasileiros. Em sua primeira edição em 2022, o boletim Focus do Banco Central aponta para um crescimento ínfimo de 0,36% do PIB (Produto Interno Bruto) para este ano. Um resultado muito aquém do esperado, principalmente se considerarmos que esse aumento já se daria sobre uma base baixa e fortemente impactada pela pandemia.

A expectativa sobre a taxa de juros (Selic) também é de crescimento, passando de 9,25% ao ano (dezembro de 2021) para até 11,5% em 2022. Especialistas críticos a esse aumento afirmam que a inflação no Brasil tem sido provocada pela forte alta das commodities e do câmbio, e não a um suposto aumento de demanda.

De fato, não é necessário ser um gênio da economia para perceber que o poder de compra da população brasileira, como um todo, foi sensivelmente reduzido nos últimos meses. Ao ter o crédito dificultado, mediante taxas de juros altíssimas, o consumidor decide suspender ou pelo menos adiar o plano de trocar seu usado por um veículo novo.

A desvalorização do real frente ao dólar é outro indicativo claro das dificuldades que o brasileiro tem enfrentado para sobreviver no País. Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), a renda per capita do cidadão brasileiro foi, em média, de US$ 6.600 em 2021. Cinco anos antes, em 2016, era de US$ 9.300. Ou seja, uma queda de cerca de 30%.

O problema de renda naturalmente impacta o desejo daqueles que gostariam de adquirir um veículo novo, mas gera consequências também para aqueles que dedicam sua atenção (e economias) à manutenção de seu veículo usado. O consumidor acaba priorizando a reparação de itens considerados urgentes no curto prazo, sem levar em consideração os riscos atrelados a uma manutenção de médio e longo prazos adequadas.

O brasileiro viu, ao longo da pandemia, uma verdadeira supervalorização de veículos novos e usados. Além de questões relacionadas à falta de insumos e variações excessivas entre oferta e demanda, o mercado precisou lidar com uma forte tributação sobre os automóveis. Para efeitos de comparação, os impostos cobrados atualmente sobre carros novos representam entre 40% e 50% do seu valor. Em outros países, o índice não chega a 20%.

A questão tributária afeta, inclusive, o segmento de usados. A supervalorização de determinados modelos fez com que os consumidores, em alguns casos, vendessem seus veículos por valor substancialmente maior do que aquele que pagaram na compra.

Não é de conhecimento geral, mas essa valorização é fortemente tributada no Brasil. Ao comprar um veículo por R$ 50 mil e revende-lo anos depois por R$ 60 mil, o consumidor deve pagar 15% de imposto sobre o lucro obtido. Nesse caso, R$ 1,5 mil. Trata-se de uma questão que, em alguns casos, fez muitos brasileiros repensarem a troca de seus veículos, impactando o mercado como um todo.

freepik.com

Recuperação do setor e veículo próprio como desejo

A recuperação e o fortalecimento do setor de reposição automotiva a partir de 2022 depende do cuidado que deve ser oferecido ao consumidor final por todos os seus players. O consumidor precisa entender, seja através de campanhas em diferentes canais ou mediante um assessoramento mais qualificado e completo em seu atendimento (físico ou virtual), que há riscos muito grandes associados ao uso de peças sem garantia ou com origem duvidosa, à falta de manutenção preventiva no veículo e a à priorização de determinados serviços frente a outros no cuidado com seu carro.

Novamente, isso passa por todos os players do setor. Trata-se de um movimento amplo, de valorização e fortalecimento do setor da reposição. Movimento este que casa, inclusive, com outro cenário também influenciado pela pandemia: o de valorização do veículo próprio.

Nos últimos anos (principalmente na pré-pandemia), o Brasil viu chegar ao seu mercado um movimento quase ideológico que já mostrava força principalmente na Europa: a desvalorização do veículo próprio.

Políticas ambientais contra combustíveis fósseis, novas políticas de mobilidade em favorecimento ao uso de bicicletas e o crescimento desenfreado dos chamados "apps de transporte" fizeram com que os jovens de diversos países europeus repensassem a sua relação com o carro próprio.

No Brasil, esse movimento foi principalmente ancorado em dois fatores: a ineficácia do transporte público e a praticidade/economia que seriam geradas com o uso dos "motoristas de aplicativo". A pandemia – e a crise econômica por ela gerada –, no entanto, reverteu esse quadro. O desemprego crescente fez com que boa parte da população corresse para atuar com os aplicativos de transporte e garantir seu sustento diário. Já os aplicativos usaram estratégias agressivas para conquistar o público (descontos) e novos motoristas (ganhos elevados e flexibilidade na carga horária), formando uma rede que, até determinado ponto, funcionou.

Com o tempo, o número de motoristas em excesso fez com que os ganhos dos profissionais fossem reduzidos sensivelmente. A alta no preço dos combustíveis também fez com que muitos desistissem da ocupação em meio à pandemia. De acordo com dados da Associação de Motoristas de Aplicativos de São Paulo (AMASP), houve redução de cerca de 25% no número de trabalhadores desse tipo em 2021.

Com um serviço menos vantajoso aos motoristas e mais caro e menos prático aos usuários, os aplicativos de transporte deixaram de fazer parte do dia a dia de boa parte da população das grandes metrópoles brasileiras. Sem um serviço de transporte público realmente eficaz, o brasileiro voltou seus olhos ao...carro próprio.

O movimento de desvalorização do veículo próprio no Brasil, portanto, nunca foi forte tal qual na Europa. O desafio do setor automotivo no País nos próximos anos será criar um elo mais forte com os consumidores mais jovens, formados em uma sociedade que agora convive com serviços de compartilhamento ou aluguel de carros com maior naturalidade.

Apesar do surgimento de novas variantes do coronavírus, o Brasil segue seu programa de vacinação para ampliar o percentual de sua população protegida com todas as doses necessárias do imunizante. Aos poucos, muitas empresas começam a retomar a rotina presencial de trabalho, ainda que adotem um regime híbrido de trabalho.

As dificuldades de acesso ao crédito seguirão presentes no Brasil em 2022, gerando um cenário de desafios para as marcas que precisam ampliar a venda de veículos novos. Graças aos prejuízos gerados nos primeiros anos da pandemia, as montadoras sabem que suas margens estão muito estreitas e que serão necessários verdadeiros malabarismos para conquistar novos consumidores.

Para o setor de autopeças, o desafio está em fortalecer a narrativa relativa à manutenção adequada dos veículos. Ou seja, mesmo diante de uma grave crise econômica, o brasileiro não pode se dar ao luxo de priorizar a manutenção apenas de determinados componentes, em detrimento de outros igualmente importantes.

Não se trata também de abandonar os motoristas de aplicativo. Ainda que parte do contingente tenha deixado o serviço, milhões de brasileiros ainda atuam dessa forma e exibem demandas muito específicas para a manutenção de seus veículos. Para esse público, o tempo de entrega acaba sendo ainda mais importante do que para o "consumidor comum".

É preciso pensar também em parcerias com empresas de aluguel de carro nas grandes metrópoles. Para esse grupo, a correta e adequada manutenção da frota tem caráter financeiro e pode ser um diferencial importante frente a outros players do mercado. Os desafios não vão acabar em 2022, mas quem souber extrair os ensinamentos gerados pelos dois primeiros anos da pandemia certamente terá uma visão muito mais clara dos passos a seguir nesta nova temporada.

Certificação de Reparadores Automotivos IQA busca certificar profissionais da área

Produto é investimento profissional com validade inicial de 3 anos

O IQA – Instituto da Qualidade Automotiva –, entidade voltada à qualidade do setor automotivo, está avaliando e certificando profissionais através do programa Certificação de Reparadores Automotivos IQA, em oito diferentes escopos: sistemas de freio, direção, suspensão, exaustão, motores, retífica de motores, funilaria e pintura. A certificação é recomendada a profissionais que atuam há pelo menos 2 anos ou que possuam mais de 460 horas comprovadas de trabalho na área de reparação automotiva.

A iniciativa, denominada Certificação de Reparadores Automotivos IQA, está disponível no site https://cpiqa.iqa.org.br/ e proporciona benefícios para todos os envolvidos no setor, sejam profissionais de oficinas independentes ou de concessionárias, incluindo fabricantes de autopeças e o próprio consumidor final, que passarão a contar com mão de obra qualificada, avaliada e certificada por um organismo especializado no setor automotivo, o que representa uma garantia a mais de qualidade na prestação de serviços.

"Pensamos na certificação como um instrumento em que todos ganham: o profissional, que tem seus conhecimentos valorizados, as empresas do setor, que passam a ter mais competitividade ao contar com mão de obra reconhecidamente qualificada, e o consumidor final, que corre menos riscos ao contratar serviços automotivos", afirma Alexandre Xavier, Superintendente do IQA.

A Certificação de Reparadores Automotivos IQA pode ser obtida por qualquer profissional da área, independentemente de ter formação acadêmica específica. A avaliação é realizada online e, de acordo com o resultado, o solicitante é certificado.

A certificação é um investimento profissional, com validade de 3 anos inicialmente. "Após esse período, o profissional deve passar por recertificação, e por isso é imprescindível que nesse período de tempo mantenha seus conhecimentos atualizados, uma vez que surgem novas tecnologias todos os dias", afirma Sergio Ricardo Fabiano, gerente de Serviços do IQA.

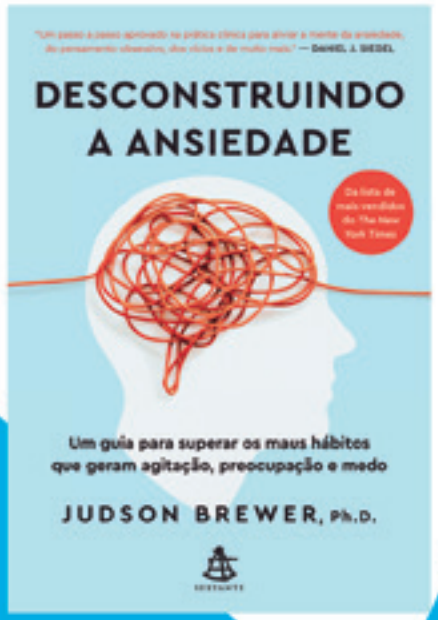
"Essa certificação coroa um sonho", afirma Pedro Paulo Moraes, presidente do Sindirepa-PE (Sindicato da Indústria de Reparação de Veículos e Assessórios Nacional de Pernambuco), ao comentar que os profissionais do setor valorizam muito esse tipo de certificação. "Considerando que se trata de uma certificação feita por uma entidade do setor que é bastante acreditada, tanto pelos fabricantes como pelos reparadores", completa Moraes.

É representante de órgãos internacionais e acreditado pela CGCRE-Coordenação Geral de Acreditação do Inmetro (www.inmetro.gov.br) como organismo de certificação. Acesse o site www.iqa.org.br.

*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 treinamentos presenciais e online, 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 (www.inmetro.gov.br) como organismo de certificação. Acesse o site www.iqa.org.br.



ANSIEDADE FORTE

Em livro, especialista destrincha as diversas nuances que envolvem o transtorno de ansiedade, cada vez mais presente na população brasileira

Desde 2017, o Brasil registra o maior índice de pessoas com algum transtorno de ansiedade em todo o mundo. Segundo dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), o País tinha, em 2019, 18,6 milhões de habitantes ansiosos, o que representava, à época, 9,3% de sua população.

A chegada da pandemia de Covid-19, em março de 2020, apenas agravou a situação. Atualmente, o brasileiro se diz muito ansioso em relação à sua situação financeira, à sua saúde e de seus familiares e quanto aos rumos que o País toma, de forma geral.

Nesse sentido, vale a recomendação de um livro que promete atuar como um verdadeiro guia para ajudar os leitores a superar os maus hábitos que geram agitação, preocupação e medo. Em Desconstruindo a Ansiedade (Editora Sextante, 256 páginas, R$ 50), o neurocientista Judson Brewer, psiquiatra e professor da Universidade Brown (EUA), sintetiza 20 anos de pesquisa para apresentar soluções que, segundo ele, foram testadas e aprovadas por milhares de pacientes.

De imediato, o especialista procura desmistificar a crença de que a ansiedade contempla apenas dois cenários extremos: um desconforto leve ou um ataque de pânico. De acordo com ele, a ansiedade está relacionada a diversos comportamentos viciantes e a maus hábitos, como comer demais mesmo sem apetite, procrastinar, beber para relaxar e passar horas nas redes sociais.

"A ansiedade se camufla nos hábitos. Ela se esconde em nosso corpo quando aprendemos a nos desconectar desse sentimento por meio de uma infinidade de comportamentos diferentes. Ao compreender essa conexão, pude ajudar meus pacientes a perceber como formaram hábitos em torno de tudo – desde beber demais e comer por estresse até procrastinar – como meio de lidar com a ansiedade. Também pude contribuir para que entendessem por que tinham tanta dificuldade e fracassavam ao tentar superar não só a ansiedade como os maus hábitos. A ansiedade alimentava os outros comportamentos, que então perpetuavam a ansiedade, até que tudo saía do controle e eles iam ao meu consultório", escreve, em seu livro.

Ao longo de sua obra, Brewer destaca que a ansiedade habita uma região do cérebro que resiste à racionalidade e esta é uma das principais razões pelas quais se torna tão difícil enfrentá-la. Para reverter esse cenário, o especialista busca ensinar os leitores a identificar os gatilhos da ansiedade, neutralizá-los e substituí-los por comportamentos que trazem bem-estar.

Divulgação

"Uma das principais coisas que aprendi é que na psiquiatria vale a máxima 'quanto menos você sabe, mais você fala'. Em outras palavras, quanto menos você entende uma situação, mais preenche esse vazio com palavras. No entanto, mais palavras não significam uma interpretação melhor nem mais conhecimento sobre os pacientes. Na verdade, quando você não sabe do que está falando, e mesmo assim fala sem parar, é grande a probabilidade de se enfiar em um buraco; uma vez dentro dele, pare de cavar, combinado?", explica.

Ansiedade agravada

A pandemia gerada pela Covid-19 foi mais do que suficiente para agravar a crise de ansiedade que afeta milhões de brasileiros. Pessoas que até então nunca haviam registrado episódios de ansiedade, viram-se na necessidade de buscar auxílio psiquiátrico e/ou psicológico, muitas vezes com certa urgência.

O próprio Ministério da Saúde identificou a importância de mapear, de alguma forma, a evolução dos transtornos de ansiedade na população brasileira. Em pesquisa realizada nos meses de abril e maio de 2020 com mais de 17 mil pessoas, a pasta identificou que 86,5% dos entrevistados estavam enquadrados em algum tipo de ansiedade patológica.

De lá para cá, a situação certamente se agravou. Ingressamos no terceiro ano de pandemia e simplesmente não há quem consiga passar ileso pelos cenários de perdas provocadas, de alguma forma, pelo vírus. Sejam perdas financeiras, de saúde ou, no pior dos casos, de vida de familiares e amigos.

Em seu livro, Brewer trata da ansiedade em quatro partes. A primeira – identificada como parte 0 – explica como a ansiedade se instala, recorrendo a conceitos da psicologia e da neurociência. Na sequência, o autor aborda como identificar os gatilhos da ansiedade, apontando também o que a ansiedade em si provoca. "A parte 2 ajuda a entender por que você fica preso em ciclos de preocupação e medo e ensina como atualizar as redes de recompensa do cérebro para se libertar", completa.

A última parte (3) traz ferramentas simples que utilizam os centros de aprendizagem do cérebro para romper os ciclos de ansiedade (e outros hábitos) de uma vez por todas.

Um dos principais méritos do autor é usar farto material de pesquisa, considerando principalmente seu histórico profissional, para explicar de forma muito didática os elementos que compõem a ansiedade.

Além disso, sua escrita é sincera ao expor, por exemplo, que o que transforma a ansiedade cotidiana em "transtorno" depende em parte de quem faz o diagnóstico. Em sua definição, o Transtorno de Ansiedade Generalizada é característico de pessoas que tenham ansiedade e preocupação excessivas com "vários assuntos, eventos ou atividades", e isso tem que ocorrer "com bastante frequência durante pelo menos seis meses e ser claramente excessivo".

"Como a ansiedade costuma ser intensa e não se manifesta de maneira tangível, tenho que fazer muitas perguntas a meus pacientes para saber como a [ansiedade] deles se manifesta", explica.

Por isso, o livro do especialista acaba sendo tão importante para expor muitas nuances da ansiedade. E o mais importante: ressalta que o auxílio profissional é essencial para quem deseja controlar e entender melhor sua ansiedade.

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

freepik.com

Empreendedor: saiba como reduzir os impactos das novas políticas dos marketplaces

Entre as mudanças realizadas pelas plataformas estão o aumento ou fim do desconto na taxa de intermediação, a redução do parcelamento sem juros nas vendas, o aumento do custo do frete, entre outras

O aumento de custos, que tem sido a maior dificuldade para a retomada de metade dos empreendedores, de acordo com a 13ª pesquisa de Impacto da Pandemia do Coronavírus nos Pequenos Negócios, também fez com que as grandes empresas de marketplace aumentassem as taxas e reduzissem benefícios, o que tem gerado uma nova pressão para os microempreendedores individuais (MEI) e donos de micro e pequenas empresas que comercializam por meio dessas plataformas.

Entre as principais mudanças realizadas por parte das plataformas de marketplace estão o aumento ou fim do desconto na taxa de intermediação, a redução do parcelamento sem juros nas vendas, o fim ou redução do subsídio ao frete, o aumento do custo do frete, a cobrança pela coleta, armazenagem e retirada de produtos, o aumento do prazo de repasse do pagamento e o fim da remuneração do dinheiro em conta.

"É de suma importância que varejistas que atuam nas plataformas ou pretendem iniciar as vendas por esse meio estejam mais bem preparados para esse novo cenário", comenta o gerente de Competitividade do Sebrae, Cesar Rissete.

Com a chegada da pandemia, houve – segundo a pesquisa realizada pelo Sebrae em parceria com a Fundação Getulio Vargas (FGV) – uma aceleração na digitalização das empresas.

Atualmente, 74% dos pequenos negócios atuam no comércio eletrônico, sendo que algumas delas comercializam seus produtos e serviços por marketplace. Em maio de 2020, bem no início da pandemia, esse percentual era de 59%.

"Os empreendedores que encararam os desafios para digitalizar suas vendas e optaram por essas plataformas precisam, agora, encarar novos desafios, como tomar certos cuidados e ficar atentos na precificação de seus produtos e à manutenção ou aquisição de clientes, por exemplo. Será necessário repassar alguns custos, mas essa ação deve ser tomada com cautela, pois os consumidores também estão sofrendo com a inflação", comenta o gerente.

Rissete ainda ressalta que, com o aumento da taxa de intermediação e do frete, é preciso colocar esses novos custos na ponta do lápis para não comprometer a margem de lucro. "É importante lembrar que no caso de vender em mais de um marketplace, a precificação deve ser feita individualmente, considerando as regras de cada um", pontua.

Ele destaca que o Sebrae oferece uma série de capacitações gratuitas e on-line, que podem ajudar os empreendedores a encarar esses novos desafios. "Capacitação e planejamento são essenciais para o sucesso de um negócio, principalmente em um momento como esse que vivemos", alerta o gerente de Competitividade.

Veja abaixo algumas dicas do Sebrae para amenizar os impactos dessas alterações:

1. Promoções: Participe de promoções, mas considere isso na margem: as campanhas promocionais oferecem grande visibilidade, por isso vale a pena participar de todas que fizerem sentido. Em algumas, o desconto é oferecido 100% pelo seller [vendedor], em outras, o marketplace divide esse custo. Independentemente do modelo, é importante ter margem nos produtos para conseguir participar.

2. Otimize os custos: Os custos subiram de forma generalizada, o que acaba por pressionar o preço para o consumidor antes mesmo de considerar os custos de vendas. Buscar a otimização desses custos é um esforço que vale a pena para continuar competitivo. Organizar melhor as despesas fixas e os processos, podem mostrar oportunidades de redução; bem como pode ser o momento de negociar ou buscar novos fornecedores ou insumos.

3. Estude a demanda: Estudar a demanda nos marketplaces para planejar melhor o portfólio de produtos a ser comercializado, bem como a quantidade e sazonalidade de compra ou produção, é indispensável. As empresas costumam divulgar itens mais vendidos por e-mail, em lives e canais como https://tendencias.mercadolivre.com.br/.

4. Planeje o estoque: O controle de estoque ganha mais importância em um momento em que os produtos não podem acabar, mas também não devem sobrar. Planejar bem permite ter um fluxo de caixa melhor, bem como evita os custos de coleta, armazenagem e retirada desnecessários. No caso de optar pelo fulfillment, o foco do envio de produtos para o centro de distribuição dos marketplaces deve ser na curva A, ou seja, o que tem mais giro.

5. Controle do fluxo de caixa: Com o aumento no tempo de repasse do dinheiro pelos marketplaces, é preciso considerar o capital de giro necessário para suportar essa diferença e não ser pego de surpresa com boletos chegando e a conta zerada. O ideal é não precisar antecipar recebíveis para evitar os juros cobrados.

6. Pense no comprador: Como o comprador vai ter menos parcelas sem juros, pode ser interessante avaliar a inclusão de produtos mais baratos no portfólio e, também, a disponibilização de kits considerando um ticket de valor mais baixo, deixando assim opções com o valor da parcela próximo do atual.

7. Mantenha a reputação: Ainda que os marketplaces estejam reduzindo benefícios, ter uma reputação alta garante taxas diferenciadas importantes para ter competitividade nas plataformas. Prestar um bom atendimento e manter os prazos de entrega em dia são fundamentais para garantir alguns diferenciais.

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

SEMINÁRIO DA
REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA
&
EXPO DAY
MERCADO AUTOMOTIVO

18 DE OUTUBRO DE 2022

PRESENCIAL

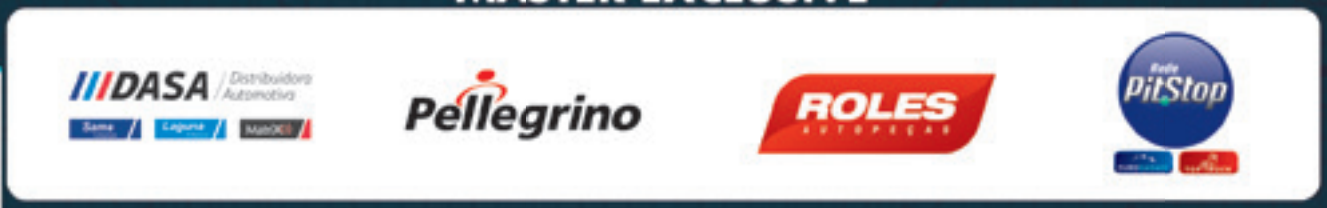
FECOMERCIO - SÃO PAULO

SAVE THE DATE

WWW.SEMINARIOAUTOMOTIVO.COM.BR

PARTICIPAÇÕES 2021

MASTER EXCLUSIVE



MASTER

PREMIUM

SPECIAL

COMERCIAL

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

REALIZAÇÃO:

CONTEÚDO TÉCNICO ORGANIZAÇÃO

AUTOMECHANIKA SHANGHAI 2021

Adiada a 17ª edição da feira para o período de 1 a 4 de dezembro de 2022

A Messe Frankfurt, organizadora da feira Automechanika Shanghai 2021, face ao surgimento de novos casos de Covid-19 em diversas províncias e cidades da China, resolveu adiar a mostra, que deveria ter ocorrido de 24 a 27 de novembro de 2021, para 1º a 4 de dezembro de 2022, a ser realizada no National Exhibition and Convention Center (Shanghai).

A feira incialmente foi colocada em situação de espera, em resposta aos esforços do país para conter a propagação de novos casos de Covid-19, entretanto, após ponderações com todos os players envolvidos, chegou-se à conclusão de que a melhor alternativa seria o adiamento da mostra para dezembro de 2022.

Fiona Chiew, diretora-geral Adjunta da Messe Frankfurt (HK), informou: "Nas últimas semanas, consideramos

vários fatores durante nossas discussões com todas as partes relevantes no novo programa de encontro. Isso incluiu consultas adicionais com as autoridades, além de também avaliarmos um intervalo de tempo mais adequado para a marca Automechanika no calendário global. Assim sendo, a realização de 1º a 4 de dezembro de 2022 foi o resultado encontrado mais viável e adequado para todos. Agradecemos o apoio, a paciência e compreensão de todos do ecossistema automotivo durante este intervalo".

Mesmo após o adiamento, os organizadores da Automechanika Shanghai continuam a oferecer a todos os players da cadeia diversos serviços de valor agregado com o intuito de apoiar a todos os participantes.

O "AMS Live" (www.ams-live.com), programa de suporte digital da Automechanika, provou ser de extrema importância para a manutenção das negociações e transferência de informação entre todos os elos da cadeia automotiva, destacando ainda mais a necessidade crescente de um resiliente "kit" de ferramentas digitais enquanto os mercados se recuperam.

As funções da plataforma, que ficaram disponíveis até 15 de dezembro, contabilizaram 226,4 mil visitas on-line (visualizações por página) oriundas de 135 países e regiões, como China, Alemanha, Rússia e EUA.

Para mais informações, visite:
www.automechanika-shanghai.com.

Conheça o movimento mundial Right To Repair que chegou ao Brasil

Em reunião recente, o Sindirepa Brasil, liderado por Antonio Fiola, confirmou o início de suas ações em direção ao movimento Right To Repair (Direito de Reparo), cujo objetivo é tornar o consumidor proprietário das informações de seus veículos.

Cronologia

Décadas de 70 e 80

As montadoras de veículos que operam no mercado brasileiro antes da Lei nº 6.729/1979, conhecida como Lei Ferrari, e mesmo após a sua publicação, quando vivíamos uma era analógica "low tech" dos veículos e da comunicação, as informações sobre os veículos, como catálogo de serviços, peças e mesmo tempo padrão, eram disponibilizados ao Sindirepa na forma de papel, que por sua vez chegavam às oficinas independentes.

Década de 90

Com a chegada da injeção eletrônica nos veículos e mais as mídias digitais, como CD-ROM, as informações começaram a ficar mais restritas, dificultando as operações das oficinas independentes, mas rapidamente sanadas pelos fornecedores de equipamentos de diagnósticos.

Ano 2000 até hoje

O que vimos foi a aceleração da tecnologia dos veículos impostas pelas legislações ambientais de segurança e superaceleração das tecnologias de comunicação, que resultou na transformação das mídias físicas para as mídias de transmissão a distância, como antenas, chegando à nuvem como conhecemos hoje, o que fechou a informação das montadoras junto a sua rede de concessionários,

deixando as oficinas independentes de fora deste espectro. Os fornecedores de equipamentos de diagnósticos também sofreram, exceção feita àquelas homologadas das próprias montadoras, mas que viram seus negócios se restringirem a uma rede que perdeu robustez ao longo dos anos.

Cenário brasileiro

O que se passa no Brasil é uma verdadeira paranoia, que prejudica fortemente os consumidores, visto que a maioria das montadoras de veículos potencializaram seu interesse na comercialização de autopeças ao mercado via sua rede de concessionárias, tornando uma parte delas atacados, onde oficinas de lojas de varejo de autopeças são os grandes compradores, mas, na contramão, disponibilizam de uma forma sorrateira informações primárias de peças e serviços em sites que só dificultam o acesso e diminuem abruptamente a produtividade destas micro e pequenas empresas.

O mercado é claro, havendo competição o consumidor sai ganhando. No Brasil esta competitividade não existe, mas tão somente uma lei que protege os concessionários (6.729/1979), que, mesmo após sua alteração pela Lei nº 8.132/1990, na qual, em seu artigo 28, permite a contratação de oficinas autorizadas, as convenções de marca das concessionárias se fecham e o assunto não evolui. Oras, para quem quer vender peças e tem uma lei que permite a relação com oficinas independentes mais direta e não age, configura uma reserva de mercado entre montadoras e concessionárias sem precedentes no mundo automobilístico. E não é mais possível se falar em qualidade e capacitação das oficinas independentes, pois o Brasil é um dos poucos, se não for o único, País do mundo que construiu um alicerce seguro aos consumidores, que vai desde normas técnicas de serviços automotivos ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas –, passando por capacitação de profissionais de última geração no Senai – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – e chegando à certificação da qualidade em conformidade com o Inmetro – Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia – expedido pelo IQA – Instituto da Qualidade Automotiva –, cuja gestão é realizada pela associação de montadoras, indústria de autopeças e reparação de veículos.

Europa e Estados Unidos já estão nesta batalha há alguns anos, enquanto a América Latina agora começa a dar os primeiros passos através do Sindirepa Brasil, juntamente com seus parceiros, FAATRA (Argentina) e CTMA (Uruguai), mas o mercado se encontra em constante transformação e recentemente foi fortalecido pela LGPD – Lei Geral de Proteção de Dados –, onde todas as informações dos veículos devam ser de propriedade do dono do carro, e este tem então a livre escolha para realizar a manutenção onde bem entender, deixando o mercado competir livremente.

Antonio Fiola
Presidente do Sindirepa Brasil

Right To Repair

Mais informações sobre o movimento no Brasil pode ser acessado no site www.sindirepabrasil.org.br no banner RIGHT TO REPAIR.

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

Redes Sociais no trabalho: dicas de segurança cibernética para funcionários

Para muitas pessoas, compartilhar o dia a dia nas redes sociais tornou-se uma atividade que faz parte do seu cotidiano e que inclui a vida profissional. Embora isso permita manter amigos e conhecidos atualizados sobre o que você está fazendo, sem a necessidade de trocar mensagens, também apresenta vários riscos que podem afetar empregadores, colegas ou até mesmo o próprio usuário.

Na pior das hipóteses, pode até colocar seu emprego em risco, por exemplo, se uma política da empresa for violada. A Eset, empresa que atua em detecção proativa de ameaças, compartilha dicas de segurança cibernética para funcionários.

Uma pesquisa recente revelou que a maioria dos proprietários de pequenas empresas está ciente de que o uso de aplicativos de redes sociais por seus funcionários representa uma ameaça à segurança. No entanto, de acordo com a Eset, com a abordagem correta, existem maneiras de os funcionários usarem as mídias sociais sem expor a si mesmos ou seus empregadores a riscos desnecessários:

Conhecer as políticas da empresa

Como funcionário, você pode querer promover a empresa e seus benefícios para aumentar seu próprio perfil e o da marca. Uma das melhores e mais rápidas maneiras de fazer isso é através das redes sociais. E, embora você esteja agindo de boa-fé tentando promover o positivo, pode causar danos e até mesmo quebrar algumas regras internas da empresa.

Se você quiser postar sobre seu emprego ou empregador, a melhor maneira de fazer isso é revisar as diretrizes e políticas de mídia social da sua empresa. Se não houver ou não estiver claro o que pode e o que não pode ser feito, a melhor opção é conversar com alguém da área de recursos humanos que esteja atualizado sobre todas as políticas da empresa.

Use aplicativos em dispositivos de trabalho, mas com cuidados especiais

Os dispositivos corporativos são um pilar da vida empresarial. Embora sejam usados principalmente para o trabalho e permitam que os colegas mantenham contato, as empresas geralmente permitem que sejam usados para coisas pessoais como um benefício. No entanto, isso não significa que você tenha um passe livre para fazer com eles o que quiser.

É importante lembrar que esses dispositivos ainda são monitorados pelos administradores corporativos e conectados à rede da empresa, portanto muitas das atividades podem ser revisadas. Relacionado a isso, as redes sociais estão repletas de golpes, então cair em uma campanha de phishing ou clicar em um link suspeito pode levar ao comprometimento dos sistemas da empresa com ransomware, keylogger ou outro malware.

Para esses dispositivos, a empresa e os administradores são os principais responsáveis por sua segurança. Isso significa que eles precisam instituir as melhores práticas de segurança cibernética, implementar o uso de soluções de segurança respeitáveis e ter uma estratégia adequada para instalar atualizações.

Mas isso não significa que você não precise fazer nada: os dispositivos devem ser atualizados e corrigidos toda vez que solicitarem. Também é importante estar ciente dos golpes comuns que podem ser encontrados em plataformas populares de mídia social, como Facebook ou Instagram. Além disso, clicar em links para sites duvidosos que podem comprometer os dispositivos irá, na melhor das hipóteses, levar a alguns olhares negativos ou, na pior das hipóteses, ocasionar uma demissão.

Não se exponha demais

Muito se tem falado sobre a superexposição de informações nas redes sociais, seja sobre a própria vida pessoal, seja sobre a vida das pessoas ao seu redor, como familiares, amigos e até filhos. No entanto, o mesmo se aplica à vida profissional: ao compartilhar informações sobre o trabalho em excesso, você está inadvertidamente colocando a si mesmo e seu empregador em risco.

Por exemplo, compartilhar muitas fotos de um local de trabalho pode permitir que invasores obtenham informações do ambiente e facilitem o ataque às defesas físicas da empresa. Ou, com dados pessoais, adicionar muitas informações nas redes sociais pode tornar mais fácil para alguém se passar por um usuário e cometer roubo de identidade.

Para mitigar a maioria dos riscos associados à superexposição, o passo mais fácil é limitar e filtrar o que é compartilhado nas redes sociais: não compartilhe fotos ou informações e revelam muito sobre você ou seu empregador e seus escritórios.

Além disso, revise suas configurações de privacidade nas redes sociais: nem tudo que você faz precisa ser compartilhado com o público em geral, portanto, limite-o a pessoas que você conhece e confia. Recomenda-se aplicar este conselho em toda a presença online, não apenas no local de trabalho.

Não seja descuidado com as fotos do espaço de trabalho

Fotos no escritório, seja em casa ou no trabalho, tendem a ser populares nas mídias sociais, pois as pessoas querem compartilhar o quanto trabalham ou mostrar o quão organizado é o espaço de trabalho. Mas essas fotos podem ser muito reveladoras se certas precauções não forem tomadas.

A foto pode conter uma grande variedade de informações confidenciais: você pode ter documentos em sua área de trabalho que são propriedade intelectual do empregador ou segredos da empresa, uma nota adesiva pode ter suas credenciais de login ou a tela do seu computador pode revelar dados confidenciais de clientes, o que pode potencialmente entrar em conflito com as leis de regulamentação de dados, que vêm com pesadas penalidades para o empregador.

A maneira mais simples de evitar esses casos seria não publicar essas fotos da área de trabalho ou revisar cuidadosamente a mesa de trabalho e avaliar se algo visível na foto pode representar um risco de segurança.

"Navegar nas redes sociais no início da década de 2020 pode ser complicado, especialmente com os invasores ficando mais criativos do que nunca com seus golpes e estratégias para comprometer dispositivos com malware. E as apostas são ainda maiores, pois as pessoas hoje gostam de compartilhar todos os aspectos do seu dia, incluindo tarefas relacionadas ao trabalho. Isso apresenta um vetor de ameaça que pode ser explorado por criminosos cibernéticos. No entanto, mitigar os riscos não é tão difícil: você deve permanecer vigilante e ter uma boa dose de suspeita quando se trata de coisas que encontra nas redes sociais, estar ciente das políticas da sua empresa e seguir as melhores práticas de segurança cibernética ensinadas pelo seu departamento de TI. No geral, isso deve mantê-lo no caminho seguro, protegido da maioria das ameaças", comenta Camilo Gutiérrez Amaya, chefe do Laboratório de Pesquisa Eset América Latina.

Artigo desenvolvido pela Eset

Números do setor automotivo

Licenciamento de autoveículos novos nacionais

Foi negativo o desempenho dos licenciamentos de veículos novos no Brasil no primeiro mês do ano. Na comparação com o mês de dezembro de 2021, por exemplo, a queda do índice chegou a cerca de 40%. E o cenário não melhora de forma significativa mesmo quando leva-se em consideração o mês de janeiro do ano passado: retração de 30%. Na comparação com o mês imediatamente anterior, todos os segmentos monitorados pela Anfavea registraram descenso. O cenário só é favorável quando se consideram os segmentos de Caminhões e Ônibus em relação ao mês de janeiro de 2021. Os dados divulgados são mais um indicador do impacto que os altos juros e a crise econômica nacional têm provocado sobre o poder de compra do brasileiro.

Unidades	2022	2021		VARIAÇÕES PERCENTUAIS	
	JAN A	DEZ B	JAN C	A/B	A/C
Total	108.397	177.865	154.986	-39,1	-30,1
Veículos leves	99.109	165.114	146.983	-40,0	-32,6
Automóveis	82.350	139.729	122.673	-41,1	-32,9
Comerciais leves	16.759	25.385	24.310	-34,0	-31,1
Caminhões	8.249	11.577	6.974	-28,7	18,3
Semileves	103	111	71	-7,2	45,1
Leves	827	1.172	717	-29,4	15,3
Médios	736	999	691	-26,3	6,5
Semipesados	2.211	2.985	2.021	-25,9	9,4
Pesados	4.372	6.310	3.474	-30,7	25,8
Ônibus	1.039	1.174	1.029	-11,5	1,0

Mil unid.	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	ANO
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	148,3	177,9	1.866,1
2022	108,4												108,4

Fonte: Renavam/Denatran.

Produção de autoveículos montados

Os índices relativos à produção de autoveículos montados praticamente acompanham o desempenho dos segmentos verificados no âmbito do licenciamento. Neste cenário, as quedas são mais expressivas entre os veículos leves, enquanto os caminhões performam de maneira positiva quando se leva em consideração os números de janeiro de 2021.

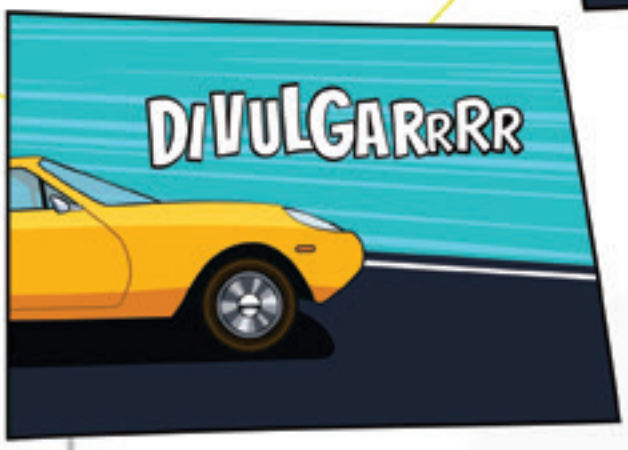
O volume total produzido em janeiro deste ano é o menor para o período quando tomamos por base os exercícios de 2019 em diante. Resta saber como o setor irá se comportar ao lidar com mais um ano de pandemia de Covid-19.

Unidades	2022	2021		VARIAÇÕES PERCENTUAIS	
	JAN A	DEZ B	JAN C	A/B	A/C
Total	145.417	210.925	200.398	31,1	27,4
Veículos leves	134.629	197.101	190.156	-31,7	-29,2
Automóveis	112.323	166.913	157.706	-32,7	-28,8
Comerciais leves	22.306	30.188	32.450	-26,1	-31,3
Caminhões	9.463	12.395	8.805	-23,7	7,5
Semileves	145	144	87	0,7	66,7
Leves	2.144	1.754	1.619	22,2	32,4
Médios	335	346	396	-3,2	-15,4
Semipesados	3.035	3.829	2.954	-20,7	2,7
Pesados	3.804	6.322	3.749	-39,8	1,5
Ônibus	1.325	1.429	1.437	-7,3	-7,8
Rodoviário	85	127	109	-33,1	-22,0
Urbano	1.240	1.302	1.328	-4,8	-6,6

Mil unid.	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	ANO
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	205,7	210,9	2.248,3
2022	145,4												145,4

Fonte: Renavam/Denatran.

brand brindes



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

11163

50011

60049

brand brindes

comercial@brandbrindes.com.br

AMR - Auto Maintenance and Repair Expo Tianjin, China, de 27 a 30 de maio de 2022

Programada para retornar às atividades de 27 a 30 de maio de 2022 a Auto Maintenance and Repair Expo (AMR) está dando as boas-vindas aos novos players, na nova cidade-sede.

Com a força de quase 40 anos na região de Jingjin-ji (Pequim, Tianjin, Hebei), o show se transformou em um evento anual altamente internacionalizado para o setor automotivo da indústria de pós-venda da China.

Sua mudança, de Pequim para o novo Centro Nacional de Convenções e Exposições de última geração em Tianjin, traz junto com ela novas organizações de apoio. A ação visa impulsionar a plataforma de negócios, oferecendo oportunidades para mostrar produtos e trocar informações ao lado das últimas novidades do país, bem como apresentar a estratégia de desenvolvimento econômico para empresas nacionais e mercados internacionais.

Nos últimos anos, as políticas de apoio impulsionaram o desenvolvimento do aglomerado de cidades Jingjin-ji. Como cidade anfitriã da AMR, Tianjin, em particular, é um dos principais centros de fabricação de automóveis da China, cobrindo toda a cadeia de produção de peças para a fabricação de automóveis e serviços de pós-venda.

Como exemplo, várias montadoras líderes, como BYD, FAW-Toyota, FAW-Volkswagen e Great Wall Motor, com bases em Tianjin, estão colhendo os benefícios da localização geográfica privilegiada da cidade e fazendo crescer o mercado automotivo.

Em novembro de 2021, o governo de Tianjin expandiu seu plano estratégico para elevar ainda mais a comunidade automotiva da cidade. Isso inclui manufatura, consumo, comércio, finanças, cultura de condução, mercado de carros usados e aftermarket.

Fiona Chiew, diretora Administrativa da Messe Frankfurt Traders-Link (Beijing) disse: “A realocação da AMR para Tianjin visa ajudar as partes interessadas no setor de reparação e manutenção de automóveis a assumir as oportunidades crescentes da região. Como resultado, os players de toda a cadeia de valor do pós-venda podem colaborar e crescer juntos, tomando vantagem dos recursos abrangentes deste equipamento de alta qualidade como plataforma de negócios”.

A expectativa para a próxima edição, é de receber aproximadamente, 1.000 expositores entre domésticos e do exterior, os quais deverão apresentar cerca de 8.000 marcas líderes nos 100.000 m² de área de exposição. As exibições cobrirão manutenção automotiva, reparos, peças e componentes, cuidados com o carro, acessórios e customização, fornecimento em cadeia, serviço pós-venda de veículos de novas energias e veículos comerciais.

Mais informações, acesse: www.amr-china.cn

Aprenda a passar um feedback para sua equipe!

Você sabe como dar um feedback para a sua equipe? Se a resposta para essa pergunta for não, fique tranquilo, pois você não é o único gestor que sente dificuldades nesse quesito. Esse é um problema que assola grande parte das pessoas que têm a tarefa de gerir uma equipe.

Porém, é importante saber que um bom gestor precisa aprender a passar um feedback correto para a sua equipe. A partir disso, os colaboradores vão evoluindo e se tornando melhor, pois a mudança só vem com um toque de direcionamento da parte de cima da cadeia.

Neste conteúdo, vamos mostrar algumas dicas importantes para dar um bom feedback aos funcionários, tornando você um líder ainda melhor. Continue a leitura para saber mais sobre o assunto!

Esteja preparado para dar o feedback

Parece até algo meio óbvio de se dizer, mas diversos líderes chegam para dar o feedback ao colaborador sem nenhum tipo de preparação. É claro que uma situação como essa pode demorar um certo tempo, mas não tem como fugir disso. Ou seja, é preciso estar preparado para esse momento.

Existe uma forma de otimizar esse tempo: mantenha sempre um documento onde você anota o que é importante para ser mencionado em uma reunião com a equipe. Dessa forma, antes de se encontrar com o colaborador, é só revisar o que já foi escrito no documento e acrescentar algumas coisas que considere importante.

Quebre o gelo!

Não vá de cara falando sobre questões profissionais, resultados e tudo de mais importante em uma reunião como essa. Os colaboradores quando escutam que terá uma reunião de feedback, já ficam apreensivos o bastante e você, como gestor, tem que pensar em meios para quebrar essa tensão.

Crie algum laço com o colaborador, perguntando sobre coisas rotineiras ou até mesmo sobre a sua família. Isso faz com que você deixe o clima agradável e confortável para a reunião

Apresente um resumo da reunião de feedback

Quando você quebra o gelo, o próximo passo é passar um breve resumo do que vai ser conversado na reunião com o colaborador. Dessa maneira, você o deixa mais tranquilo para os próximos passos e acaba de vez com o clima tenso de uma reunião de feedback.

Nessa conversa, o funcionário acaba percebendo que ele vai receber elogios, críticas construtivas, pontos fortes e pontos que precisam melhorar e sobre o que ele foi bem. Com isso, ele sai de uma reunião como essa com um norte para as suas mudanças, se tornando um corretor ainda melhor para a empresa.

Seja sempre sincero

Por mais que seja doloroso apontar algumas falhas do profissional, você precisa ser sincero para que ele busque essa melhora nesses pontos. Porém, ser sincero é diferente de ser grosseiro, não esqueça disso. Seja sempre sutil para não deixar o colaborador constrangido.

Da mesma forma, deve ser reconhecida as virtudes do profissional, pois isso só fortalece a relação entre ele e a empresa.

Faça um plano de ação

Não tem como fazer uma reunião de feedback com o colaborador sem pensar em um plano de ação para que ele possa melhorar. Muitos gestores não sabem que o principal motivo de organizar uma reunião como essa não é apontar falhas ou culpados.

Para isso, é preciso alinhar com o colaborador quais providências precisam ser tomadas para que ele supere as dificuldades. Você como gestor pode indicar cursos, solicitar um treinamento específico ou até se comprometer a ajudá-lo diretamente.

Da mesma forma, é preciso sinalizar como os pontos fortes do profissional podem se encaixar no plano de ação e como medir se os objetivos foram ou não alcançados nesse período. Logo após essa primeira reunião, faça uma nova, para discutir o assunto e analisar o progresso.

Enfim, o feedback pode ser uma ótima ferramenta para o desenvolvimento do colaborador, basta apenas ele ser feito da maneira correta e com um objetivo. Com isso, você acaba montando uma equipe cada vez mais sólida e eficaz.

Artigo desenvolvido pela Quiver Soluções. Para mais conteúdos, acesse: https://www.quiver.net.br/

Autopromotec – Bolonha – 2022

A 29ª Feira Internacional Bienal de Equipamentos e Produtos para o Aftermarket, que acontecerá em Bolonha de 25 a 28 de maio de 2022, vem a público informar que seu "Pré-catálogo" para a Autopromotec 2022 já está online.

O objetivo da iniciativa é facilitar o contato entre visitantes e expositores, promovendo a interlocução das empresas participantes com bastante antecedência da feira.

A quatro meses de sua inauguração oficial, a Autopromotec 2022 já conta com 743 empresas signatárias, cobrindo 85% de todo o espaço de exposição. Os números não param de crescer, e serão constantemente atualizados nos próximos meses após a confirmação das últimas empresas cadastradas.

Além disso, gostaríamos de lembrar que esta lista não inclui as empresas representadas que, como de costume, serão incluídas no catálogo oficial disponível online algumas semanas antes do evento.

O objetivo do plano estratégico que foi implementado, visa envolver, com o inovador formato desenvolvido, globalmente todo o mundo do pós-venda automotivo: "Atratividade e negócios" são as palavras-chave deste plano de promoção internacional para esta edição.

Os organizadores da mostra lançaram uma série de ações promocionais de grande escala, objetivando atrair o maior número de compradores, tomadores de decisão e partes interessadas do mundo todo.

Com o apoio e a contribuição do "Fundo Estratégico para o Made Italy" do Ministério das Relações Exteriores e Cooperação Internacional e da Agencia ICE (Agencia Italiana de Comércio e Investimento) a Autopromotec está trabalhando para trazer operadores de mercados distantes e de alto potencial de compra.

Para mais informações, acesse o site: www.autopromotec.com ou contate Enrica Lazzarini - elazzarini@autopromotec.it.

Acompanhe as novidades também no Facebook, Linkedin, Twitter e IG (@autopromotec2022).

Endereço de correspondência: Promovac S.r.l. - Via Emilia 41/b - 40011 Anzola Emilia (BO) - Itália

Grupo Comolatti cria Instituto

O Grupo Comolatti cria o Instituto Comolatti, onde estarão inclusos todos os projetos de Responsabilidade Social do Grupo. "No dia 8 de fevereiro de 2022, data em que lembramos o aniversário de 100 anos do nosso fundador, sr. Evaristo Comolatti, o Instituto chega para atuar principalmente na área de Educação", diz Sergio Comolatti. O Instituto chega para atuar principalmente na área de Educação.

Entre as iniciativas em andamento, o projeto educacional do Instituto tem como foco proporcionar o reforço estudantil em aulas de português, matemática e desenvolvimento de habilidades socioemocionais. Hoje, são atendidas 50 crianças no projeto, com idades entre 6 e 13 anos.

A inauguração do Instituto Comolatti marca o início de uma nova fase para o Grupo, reforçando o compromisso da empresa em contribuir com a sociedade, incluindo e transformando a vida das pessoas.

"Sabemos que há muito a ser feito, mas dar este passo é uma forma de renovar o comprometimento do Grupo Comolatti em busca de uma sociedade mais igualitária, mais inclusiva. O Instituto Comolatti já nasce com a vontade e a colaboração de muitas pessoas do bem, que juntas, têm um poder ainda maior de transformar", finaliza Sergio Comolatti.

Dana destaca conteúdo produzido em seu podcast

Líder mundial no fornecimento de sistemas de transmissão, vedação e gerenciamento térmico com alta tecnologia, a Dana destaca o conteúdo que vem produzindo em seu podcast Rádio Dana. Com mais de 100 episódios, o podcast pode ser escutado diretamente no site ou ser baixado pelo aplicativo do agregador de podcast instalado em smartphones, tablets ou computadores.

Assim como O Minuto do Caminhão, outro podcast produzido pela Dana e que é voltado para profissionais da estrada, os episódios são rápidos, com comentários diretos sobre os mais diversos assuntos do mercado automotivo, sem importar se o ouvinte é caminhoneiro, empresário do setor de autopeças, profissional do comércio, profissional da reparação ou um apaixonado por veículos.

"A Dana quer ficar mais próxima dos clientes. Já oferecemos componentes de qualidade e queremos também trazer um pouco de entretenimento e informação para quem é do mundo automotivo", explica Luis Pedro Ferreira, Diretor de Relações Institucionais, Comunicação e Marketing da Dana. Para ouvir os episódios é só acessar o site https://radio.dana.com.br. Se preferir pode baixar e escutar os episódios da Rádio Dana no Google Podcast, Spotify ou Apple Podcast.

Motorservice destaca procedimentos para instalação das válvulas do cabeçote em websérie

As válvulas do cabeçote são responsáveis pela vedação da câmara de combustão, por controlar a troca dos gases no motor e pela dissipação do calor através do cabeçote. Desempenham importante papel no motor do veículo e, por isso, é fundamental observar alguns cuidados na hora da manutenção, conforme destaca a Motorservice em websérie disponibilizada no canal da empresa no YouTube, na playlist Brasil (https://www.youtube.com/c/motorservicegroup).

Antes da instalação, é preciso verificar algumas características dimensionais das válvulas do cabeçote, que podem ser comparadas com as válvulas usadas. Nas usadas, é importante se atentar para os danos por impactos nas regiões de assentamento e extremidade da haste. Em seguida, basta verificar o comprimento total da válvula, o diâmetro da cabeça, o diâmetro da haste, o ângulo de assentamento, o tipo de chaveta para as travas e a concentricidade da superfície dos assentos de válvulas com prisma e relógio comparador.

Para a instalação do conjunto completo das válvulas e componentes é necessário verificar o diâmetro da

guia de válvula com súbito interno, considerando as especificações do fabricante. Depois, verifique a altura da válvula em relação à face do cabeçote e faça o teste de estanqueidade da válvula. Também é necessário lubrificar as hastes da válvula e deslizar as vedações usando bucha protetora lubrificada. É mandatório também a verificação das molas quanto ao comprimento, angularidade e tensão, seguindo recomendações do fabricante. As válvulas do cabeçote são comercializadas pela Motorservice com a marca Kolbenschmidt (KS).

Confiança do comércio cai em fevereiro, aponta CNC

Depois das altas verificadas em dezembro e janeiro, o Índice de Confiança do Empresário do Comércio (Icec) caiu 1,2% em fevereiro, embora ainda permaneça na zona de confiança, com 119,3 pontos. Os dados foram divulgados pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC).

Os três componentes do indicador e os nove subfatores apresentaram queda em fevereiro, pessimismo verificado pela última vez em abril de 2021, quando o Icec registrou taxa negativa de 6,4%, diante do quadro de incertezas e restrições impostas pela pandemia de Covid-19.

O pessimismo de fevereiro deste ano foi influenciado pelo aumento na energia elétrica e nos combustíveis; o reajuste dos aluguéis; a pressão nos preços no atacado; dificuldades de repasse dos custos; consumo morno e famílias endividadas; mercado de trabalho em recuperação; juros ascendentes e inflação. "Nessas condições, as estimativas

Rovena Rosa/Agência Brasil

hoje são de baixo volume de faturamento do comércio varejista em 2022. Noutro sentido, promissoramente, tem-se as perspectivas de arrefecimento da inflação, à medida que a política monetária vem gerando efeitos desejados na economia, em particular sobre a atuação do comércio e a formação dos preços ao consumidor", explica a CNC.

Fonte: Agência Brasil

Revisão preventiva na moto prolonga vida útil dos componentes, alerta Nakata

A Nakata destaca os cuidados necessários para a utilização diária das motocicletas, sejam elas utilizadas para trabalho ou para lazer. "É fundamental inspecionar periodicamente alguns itens na motocicleta não só por questão de segurança, já que a verificação de todos os sistemas pode evitar acidentes, mas também devido à durabilidade e à economia. A revisão preventiva pode evitar desgaste prematuro de componentes e sempre sai mais barata do que a corretiva", comenta Jeferson Credidio, gerente de Qualidade e Serviços da Nakata. De acordo com ele, as revisões periódicas devem abranger todos os sistemas da motocicleta.

"A moto deve estar sempre limpa na hora da checagem, pois vazamentos de óleo, combustível ou fluido hidráulico podem ser notados mais facilmente", alerta. Cabos, cachimbo, vela e filtros também devem ser avaliados. Caso tenha radiador, será preciso analisar o líquido de arrefecimento. Grande parte das motos têm pinhão, coroa e corrente, que devem ser revisados e, caso seja preciso, a troca deve ser realizada. Atualmente, há kits

para a realização deste trabalho. Nos modelos com eixo cardan, será preciso conferir o nível de lubrificante e se há vazamentos. Além desses dois, há ainda modelos equipados com correias, mas o cuidado deve ser o mesmo, verificar o estado geral da transmissão. "Se observar trancos ou estalos, leve ao mecânico de confiança assim que possível", ressalta.

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.

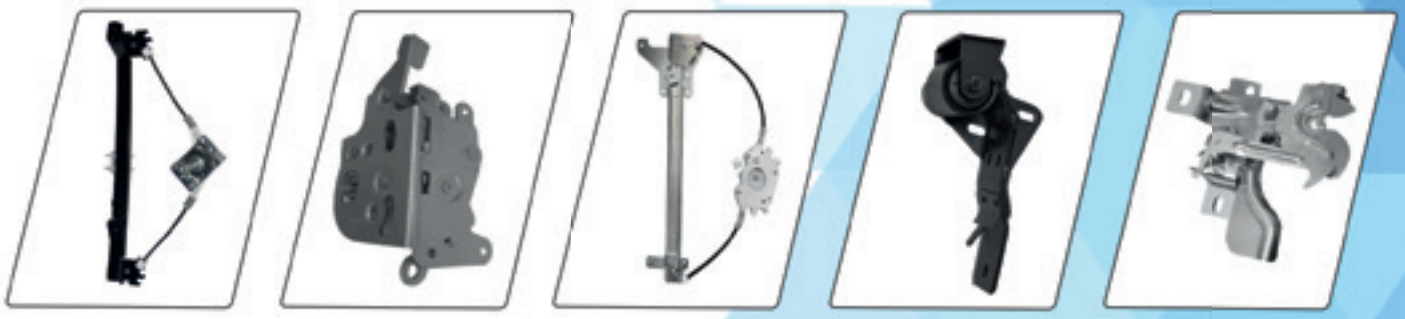
Roles Autopeças roles.com.br

JUNTOS FAZEMOS MELHOR

ROLES AUTOPEÇAS

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