

MERCADO AUTOMOTIVO

ANO 31 Nº 298 APOIO **ANDAP 5**○

SEU CANAL DE COMUNICAÇÃO COM A REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA



CAPA

IMPACTOS DO MODELO "ANYWHERE CHANNEL" NAS VENDAS

Consumidores exigem flexibilidade nas compras, mas os cenários geram desafios para a cadeia de suprimentos das empresas

[pág. 20]





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





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 lançou uma campanha muito especial, para celebrarmos juntos com os nossos clientes esses 100 anos. São 100 viagens sorteadas 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.

São três sorteios trimestrais e um grande sorteio no final da campanha.

Acompanhe nossas redes sociais e fique por dentro de tudo que acontece na campanha!



Carta ao leitor

Transformação digital e o consumidor no comando



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

comércio eletrônico se mostrou eficiente na pandemia e ganhou um grau de importância prioritário para as empresas. O consumidor puxou essa evolução, pois é ele quem dita as regras. O canal online é uma necessidade vital porque faz a conexão de produtos com o consumidor que deseja cada vez mais ter novas experiências de compras. O chamado "Anywhere Channel", ou seja, de qualquer lugar e a qualquer hora é possível comprar o que se deseja. Nunca foi tão fácil e simples para o consumidor ter acesso aos produtos, o que é muito bom, porém exige operações complexas para que tudo funcione perfeitamente para poder garantir eficiência em todas as etapas que envolvem a compra online. As empresas precisam entender as necessidades e aprimorar seus processos para que tudo corra da melhor forma possível.

No setor de reposição de autopeças, a complexidade é ainda muito maior porque se trata de uma venda técnica que exige conhecimento por parte de quem compra. Ainda, na maioria das vezes, é o reparador que compra as peças para aplicar no veículo e ele precisa de agilidade na entrega, de preferência no mesmo dia, o que dificulta um pouco o atendimento no canal digital para atender a demanda. Mas é, sem dúvida, mais uma opção de compra que deve evoluir e as empresas do setor precisam estar inseridas nesse contexto. A transformação digital se faz necessária, embora seja uma jornada complexa para as empresas. A matéria de capa desta edição aborda justamente essas questões. O consultor especialista no assunto, Rodrigo Catani, destaca as características dos canais digitais, a importância de monitorar o comportamento do consumidor, como tudo isso reflete nas operações da empresa e o que deve ser levado em consideração para construir um caminho eficiente para estar presente, de forma consistente, no comércio digital.

A revista traz ainda, na sessão Entrevista, a participação de Cláudio Sahad, novo presidente do Sindipeças (Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores) e da Abipeças (Associação Brasileira da Indústria de Autopeças), que fala sobre os projetos e desafios de sua gestão e também sobre o mercado de reposição.

Além destes assuntos, a revista tem outras novidades sobre o setor.

Boa leitura!

Até breve!



Conti e clique. Conti e clique. Conti e clique.



Precisa de novas peças? A Continental agora está no Mercado Livre!

Conheça a loja da Continental no Mercado Livre e aproveite para fazer suas compras sem precisar sair de casa ou da oficina!

É só acessar a nossa loja pelo QR Code ao lado e realizar sua compra em poucos cliques.



INDICE









10 ENTREVISTA

Cláudio Sahad comenta os principais desafios que deverá enfrentar à frente de Sindipeças e Abipeças

14 ECONOMIA

Pesquisa aponta novo aumento na expectativa positiva dos empresários, mas o setor automotivo mantém a descrença

20 MATÉRIA DE CAPA

"Anywhere Channel" gera desafios para o Supply Chain das marcas

24 CULTURA

Em livro, consultor ressalta quais são as três virtudes essenciais para o sucesso do trabalho em equipe

28 ARTIGO

Mitos que prejudicam a experiência digital do usuário

30 NÚMEROS DO SETOR

Confira os últimos dados do setor automotivo divulgados pela Anfavea

34 PESQUISA

Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista do Estado de São Paulo

38 ARTIGO

Como dizer "não" e estabelecer limites saudáveis no trabalho

40 EVENTO

29ª AUTOPROMOTEC - 2022 - BOLONHA - ITÁLIA, o retorno de uma grande feira em formato presencial!

42 ARTIGO

Está desmotivado? Veja dicas de motivação e otimismo

46 IQA

Em evento de aniversário dos 27 anos, IQA homenageia Ingo Pelikan, que passa a dar nome ao prédio da sede na Zona Sul de São Paulo

48 FLASH



Com base em nossa experiência em engenharia e testes de equipamento original, nossas soluções completas de direção e suspensão no mercado de reposição oferecem peças de primeira qualidade, para ajudar a garantir que os veículos conduzam de forma mais limpa, melhor e mais correta ao longo da vida.



delphiaftermarket.com















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



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

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

Felipe Caldeira Carneiro Martins

SANTA CATARINA

Jacqueline Scherer Caporrino

FALE COM A ANDAP



PELA INTERNET

www.andap.org.br



POR E-MAIL





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 maio e junho de 2022.







Preparados para o gerenciamento térmico!

A manutenção correta no sistema de arrefecimento do motor é essencial para o bom funcionamento do veículo. Sejam movidos a combustão, híbridos ou elétricos, todos os automóveis têm uma coisa em comum: uma infinidade de peças que precisam ser mantidas e substituídas quando necessário. É aí que a MAHLE entra em campo com sua ampla linha de produtos na área de gerenciamento térmico fornecidos para as principais montadoras e para o mercado de reposição de peças.

- Radiadores (Linha Leve e Pesada)
- Intercoolers
- Eletroventiladores
- Embreagens Visco® / Viscosas
- Aquecedores
- Radiadores do óleo
- Tanques de compensação/expansão
- Válvulas Termostáticas

Para mais informações, contate-nos pelo 0800 015 0015, ou envie um e-mail para sac.limeira@mahle.com



mahle-aftermarket.com



Entrevista



A revista **Mercado Automotivo** traz entrevista exclusiva com Cláudio Sahad, novo presidente do Sindipeças (Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores) e da Abipeças (Associação Brasileira da Indústria de Autopeças). Confira a seguir:

Mercado Automotivo - O senhor assume o Sindipeças para um mandato inicial que vai até 2025. Quais são os principais desafios que vislumbra para sua gestão?

Cláudio Sahad - Serão muitos os desafios. A indústria automotiva mundial nunca passou por momento tão disruptivo. Numerosas mudanças tecnológicas exigem adaptação das empresas, como Indústria 4.0, digitalização, Inteligência Artificial (IA), Internet das Coisas (IoT). O Sindipeças tem olhado muito especialmente para as pequenas e médias empresas do setor, que são os fabricantes de componentes e formam a base da cadeia de fornecimento automotivo, sendo fundamentais para que o País tenha relevância na produção de autopeças.

O papel do Sindipeças é, em primeiro lugar, prover



informação a elas. Essas empresas têm de estar cientes das mudanças que estão acontecendo. É trabalho de sensibilização, de mostrar que é mandatório se adaptar às mudanças para não perder competitividade. Para isso, temos várias frentes de atuação, com nossas empresas, com outros elos da cadeia de produção e com instâncias do governo.

MA - Pensando em um cenário nacional, o senhor entende que o pior da crise gerada pela pandemia de Covid-19 já passou? Podemos ser otimistas com os próximos 3 anos?

CS - Ao que tudo indica, os efeitos da pandemia estão

terminando. Pelo menos é isso que esperamos. Outro obstáculo que precisamos vencer, mundialmente, é a escassez de componentes, principalmente os semicondutores, que fez a produção mundial de veículos cair em 2021 e deve fazer o mesmo este ano. Mas, mesmo com esses obstáculos, seguimos em frente, com energia e disposição.

MA - Muito se fala a respeito dos veículos elétricos, mas alguns analistas de mercado entendem que o avanço desse tipo de modelo no Brasil segue muito lento. O senhor concorda? Há uma perspectiva de avanço para o carro elétrico no Brasil?

CS - A eletrificação é uma das opções para a redução das emissões de carbono, mas não a única. O Sindipeças entende que há forte tendência para a propulsão elétrica. porém, ainda existem muitas dúvidas com relação à tecnologia que irá predominar com relação à alimentação das baterias. Imaginamos que várias tecnologias deverão coexistir, sendo aplicadas em maior ou menor intensidade nas diversas regiões do planeta, conforme as condições de cada local.

Também haverá, ainda por algumas décadas, a utilização do motor a combustão. O Brasil pode até mesmo vir a se tornar um polo produtivo mundial desses motores.

O Sindipeças participa ativamente do tema e é uma das entidades que integram o Mobilidade Sustentável de Baixo Carbono (MSBC), movimento criado para "promover a cooperação multidisciplinar sobre temas relacionados à descarbonização da mobilidade, contribuindo para as discussões sobre políticas públicas que envolvam tecnologias de baixo carbono, entre elas a hibridização e a célula de combustível que usem fontes sustentáveis de energia, estimulando o desenvolvimento econômico equilibrado e socialmente inclusivo". Para o Sindipeças, o Brasil tem larga experiência na utilização do etanol como combustível veicular limpo e sustentável. Entendemos que esse diferencial não deve ser desperdiçado.

MA - Gostaria que falasse sobre o aspecto da inovação no setor da reposição automotiva. O senhor entende que os players do setor ampliaram os investimentos em inovação em suas atividades na última década? Como conciliar esse fomento à inovação em momentos de crise econômica como a que enfrentamos agora?

Entrevista

CS – Apesar das dificuldades, o setor de autopeças nunca representou gargalo na produção automotiva, nem no período de 2014 a 2016, quando enfrentamos a pior crise de nossa história. As empresas com forte presença na reposição são igualmente atendidas por nossa associação e recebem todas as informações para que acompanhem a evolução do mercado.

Aproveito para destacar que em nosso 3º Encontro da Indústria de Autopecas, que ocorre em 20 de junho. haverá painel em que serão discutidas as Megatendências na Reposição, com apresentações da Bosch e do Grupo Randon. Como a reposição deve se preparar para o impacto da concorrência dos novos market places e para a inovação trazida por temas como digitalização, descarbonização e conectividade, por exemplo. Veja como o programa é interessante e abrangente.

MA - De que forma o Sindipecas apoiará as pequenas e médias empresas de autopeças em sua gestão?

CS – O apoio será integral, como foi nas gestões anteriores. Temos um comitê de PMEs que se reúne periodicamente para refletir sobre os temas de mais impacto para empresas desses portes. Além disso, fornecemos muitas informações sobre os programas de investimento em inovação, no âmbito do Rota 2030, por exemplo.

MA - Gostaria que falasse também sobre a importância das PMEs para o fortalecimento do setor. Com a pandemia, esse segmento de empresas foi um dos mais afetados pela crise no País.

CS – As PMEs, que fabricam os componentes utilizados na montagem dos sistemas, são a base da cadeia de produção. Sem elas, tudo teria de ser importado, o que é inviável. No quadro de associados do Sindipeças, que soma cerca de 500 empresas, elas representam aproximadamente dois terços. Destaco que essas empresas têm sido muito resilientes às diversas crises que atravessamos nos últimos anos.

Reitero que, na atual falta de componentes no setor automotivo, não existe nenhuma participação das empresas nacionais, que têm cumprido integralmente os programas de entrega de seus clientes. Ao contrário, essas empresas têm sido prejudicadas, uma vez que o cliente final, em virtude da falta de componentes importados, muitas vezes deixa de produzir e corta os programas de entrega aos fornecedores locais.

MA - Qual sua opinião sobre o nível de digitalização das empresas e dos processos que hoje envolvem o setor de autopecas no Brasil? É possível comparar o nosso cenário com o de outros países?

CS - Há países em que o quadro macroeconômico é muito mais favorável que o nosso. No Brasil, ainda temos de lidar com ambiente de negócios desfavorável, que provoca insegurança e custos desnecessários, de várias naturezas. Mas, mesmo consideradas as dificuldades, o setor de autopeças no País, composto também por empresas multinacionais importantíssimas, segue preparado para atender a todas as montadoras aqui instaladas e ao mercado de reposição de uma frota de mais de 46 milhões de veículos. Além das exportações, que são também relevantes.

MA - Como o Sindipeças pretende incentivar o tema da mobilidade sustentável junto a seus associados? Qual é a importância deste tema em seu plano de gestão?

CS - O tema é importantíssimo. Além de participar do MSBC. como mencionei anteriormente. o Comitê de Sustentabilidade do Sindipeças, formado por representantes de empresas associadas, realiza reuniões trimestrais, em que são apresentados projetos de sustentabilidade com significativos resultados ambientais, sociais e econômicos. O grupo também organiza o Fórum de Sustentabilidade, evento anual que ocorre há 17 anos, quando esse tema nem tinha tanto destaque quanto tem atualmente.

MA - Por fim, gostaria que deixasse uma mensagem para todos os associados do Sindipeças.

CS – Nos últimos anos, as empresas associadas tiveram mais e melhores condições para entender as mudanças mundiais da mobilidade, por meio de ações intensas de divulgação de informações e da participação ativa de nossa entidade na elaboração de programas como o Rota 2030 e o MSBC, para citar apenas dois exemplos. Os líderes que me antecederam, com os quais tive a honra de trabalhar, como representante das PMEs, deixaram marcas importantes, como a qualidade de saber ouvir e a capacidade de conciliar. A nova gestão será a continuidade das anteriores. Contem com o Sindipeças e com a Abipeças.





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



CATÁLOGOS 2022 Já disponíveis no site



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:







Pesquisa aponta novo aumento na expectativa positiva dos empresários, mas o setor automotivo mantém a descrença

esquisa produzida pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) em parceria com a Fundação Getulio Vargas mostrou nova alta do Índice de Confiança de Micro e Pequenas Empresas (IC-MPE). Trata-se do terceiro aumento consecutivo do índice mensal.

No mês de abril, a alta foi de 4,7 pontos, o que alavancou em 1,6 ponto o acumulado quadrimestral de 2022. O levantamento contempla os setores de Comércio, Serviços e Indústria de Transformação e ressalta que o aumento da satisfação dos donos de micro e pequenas empresas deveu-se, principalmente, à recuperação da situação atual dos negócios, cujo indicador alcançou o maior nível desde outubro de 2021.

O registro positivo está relacionado ao aumento da demanda, que obteve o melhor desempenho desde julho do ano passado. Olhando para o futuro próximo, os empreendedores também estão mais confiantes: é que os indicadores como a tendência dos negócios para os próximos seis meses e as perspectivas sobre demanda registraram altas.

"A melhora da confiança das micro e pequenas empresas, pela terceira pesquisa seguida, foi influenciada pela percepção mais favorável da situação atual, por conta do controle da pandemia e maior circulação das pessoas, anúncio da liberação de novo saque de FGTS, antecipação do 13º salário de aposentados e pensionistas e aumento das expectativas", enumera o presidente do Sebrae, Carlos Melles.



"O cenário macroeconômico ainda exige atenção. Existem incertezas no curto prazo, escassez de insumos, que podem piorar com o problema geopolítico entre a Rússia e a Ucrânia, alta da taxa de juros e inflação, componentes que reduzem poder de compra da população e limitam o crescimento e desenvolvimento das MPE", complementou.

Serviços

De acordo com Sebrae e FGV, foi o setor de Serviços o que puxou a elevação do IC--MPE em abril, acrescendo 6,9 pontos, seguido pela Indústria de Transformação (4,3 pontos). Na contramão, o Comércio cedeu 1,2 ponto em abril.

Os empreendedores que trabalham em Serviços demonstraram mais confiança pelo segundo mês seguido, repercutindo também em um saldo quadrimestral positivo. O estudo do Sebrae aponta que, apesar da variante Ômicron ter interrompido a sequência de retomada do setor no início do ano, os empresários de Serviços voltaram a se recuperar e têm se destacado dos demais.

Uma demanda que explica esse progresso é o de serviços prestados às famílias, em que há um predomínio de menores empresas. Há ainda bons números nos serviços profissionais, serviços de transporte e serviços de informação e comunicação. Pela ótica regional, empreendedores de todo o País se mostraram mais confiantes, em especial no Sudeste e Nordeste, onde houve uma programação mais intensa do Carnaval fora de época.

Indústria

Os pequenos negócios da Indústria também registraram recuperação pelo segundo mês consecutivo, atingindo 99,7 pontos (alta de 4,3 pontos), maior nível desde dezembro de 2021. O avanço decorre da maior satisfação das empresas em relação ao presente, relacionada ao volume da demanda interna e à situação atual dos negócios, bem como a um aumento do otimismo com os meses futuros.

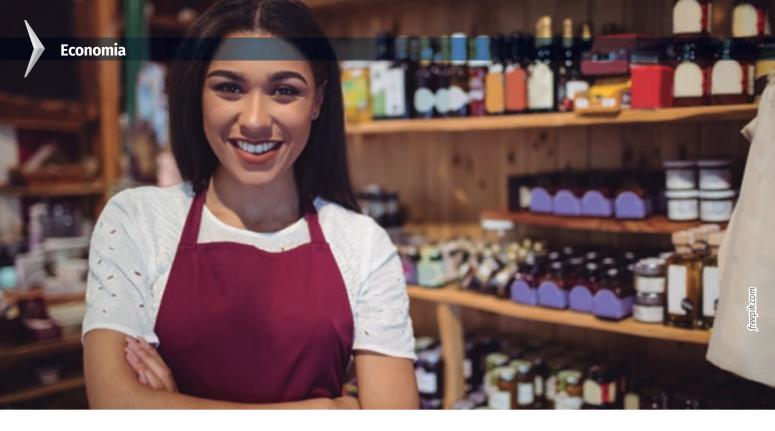
O conflito entre Rússia e Ucrânia impactou positivamente a confianca das micro e pequenas empresas do ramo de fertilizantes, beneficiadas com a dificuldade da importação estrangeira, que redirecionou a demanda para o mercado doméstico. Alimentos, metalurgia e produtos de metal e vestuário também avançaram no mês passado.

Comércio

Ao contrário dos demais setores, a confiança das MPE do Comércio caiu 1,2 ponto, influenciada por uma piora das expectativas em relação aos próximos meses devido, sobretudo, à diminuição do consumo das famílias. O cenário de inflação e juros elevados freiam as compras. dado o alto endividamento das famílias e o aumento das taxas de juros.

Empresas do ramo de veículos, motos e peças (lojas de autopeças e pequenas revendedoras) foram as que tiveram o maior grau de desânimo. Um dos possíveis motivos é ainda a escassez de insumos devido à pandemia. E a tendência é de piora nesse quadro em razão do conflito internacional, já que a Ucrânia é responsável por, praticamente, 70% da produção mundial de néon, o principal insumo para fabricação de chips semicondutores.

No recorte por regiões, o Norte e o Centro-Oeste foram, praticamente, os responsáveis pela queda no índice do Comércio. O Sudeste manteve a estabilidade e o Sul e Nordeste foram na direção oposta, subindo 3,3 pontos e 0,2 ponto, respectivamente.



Crédito

Os resultados do indicador de crédito em médias móveis trimestrais mostram que os setores de Serviços e Comércio sinalizam uma piora das condições para se obter crédito nos últimos meses. O único setor que está em tendência crescente é o da Indústria de Transformação, que fechou o trimestre no azul.

Segundo análise apresentada pelo levantamento, a captação de crédito das micro e pequenas empresas junto aos bancos já era bastante rigorosa, mas tornou-se ainda mais desafiadora na pandemia - com a redução de demanda, muitas empresas reduziram drasticamente suas reservas e o risco de inadimplência se elevou, o que levou muitas delas a fecharem suas portas.

Retrato dos Microempreendedores

O Sebrae também divulgou um interessante recorte sobre os MEI (microempreendedores) no Brasil. De acordo com a entidade, sete em cada 10 MEI tinham emprego antes de oficializar o próprio negócio. Os dados fazem parte do Atlas dos Pequenos Negócios 2022, que será lançado em julho desse ano.

Esse resultado pode indicar um crescimento do empreendedorismo motivado por necessidade nesse perfil de empreendedor nos últimos três anos. Em 2019, 63% dos empresários que se registraram nessa categoria estavam empregados antes de empreender. Em 2022, o índice saltou para 67% – média de sete a cada dez.

Segundo o estudo do Sebrae, antes de se formalizarem,

51% dos MEI estavam contratados com carteira assinada e 16% eram empregados sem registro. Ainda de acordo com o levantamento, houve uma queda na proporção de microempreendedores individuais que já atuavam como empresários na informalidade. Em 2019, os empreendedores informais representavam 21% dos MEI e, em 2022, essa participação caiu para 15%.

"Uma das explicações para essa queda é o fato de que houve um grande número de formalizações desde o início da pandemia. Apenas em 2021, foram criados 3,1 milhões de MEI e podemos inferir que parte desse grupo atuava na informalidade", observa o presidente do Sebrae. Carlos Melles.

Para Melles, o estudo comprova a importância da figura do MEI na economia brasileira. "A existência desse modelo de empreendedorismo, que implica em menos burocracia e uma tributação menor, permitiu que milhares de pessoas que perderam seus empregos na pandemia pudessem atuar fora da informalidade", avalia.

Criada há 12 anos no País, a figura do MEI já formalizou 14 milhões de brasileiros. Segundo dados do Ministério da Economia, foram criados 2,6 milhões de MEI em 2020 e, em 2021, foram 3,1 milhões de microempreendedores individuais. Este ano, até o momento, já foram registrados mais de 646 mil novos MEI no País.

*Com informações da Agência Sebrae



Zinni & Güell Ltda.

Industria de Auto Peças







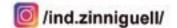




















PRESENCIAL: FIESP

A PREMIAÇÃO MAIS AGUARDADA DO SETOR DA REPARAÇÃO AUTOMOTIVA JÁ TEM DATA PARA ACONTECER!

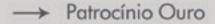
15 DE AGOSTO DE 2022

PATROCINADORES 2021

→ Parceiro da Reparação











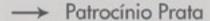




















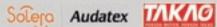




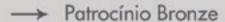














⊞ BOSCH





Realização



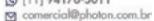
Apoio Institucional



Organização



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





"Anywhere Channel" gera desafios para o Supply Chain das marcas

transformação digital provocou uma série de mudanças no comportamento dos consumidores em todo o mundo. Os processos de compra e venda se tornaram muito mais dinâmicos e fluídos ao longo das últimas décadas, com a internet e as redes sociais representando uma verdadeira revolução em todos as etapas do comércio.

O setor de autopeças, de modo geral, levou mais tempo para migrar parte de suas operações para o meio online, em razão, principalmente, das peculiaridades atreladas à compra de autopeças e ao senso de urgência dos consumidores, que impedia a adequação do setor a um sistema de entregas eficiente e útil para todo o Brasil.

Chegamos num ponto, entretanto, que o próprio

consumidor já não vê diferenças entre os canais de compra. Ou seja, não restou alternativa às marcas senão se adaptarem para oferecer qualidade aos seus consumidores em todos os seus canais de atendimento.

Se esses novos cenários trouxeram uma série de facilidades aos consumidores, também geraram um sem-número de desafios para as marcas, cujas imagens estão cada vez mais expostas em redes sociais diante de reclamações que podem "viralizar" e gerar um dano irreparável em suas reputações.

Conforme destaca Rodrigo Catani, head de potencializar vendas da AGR Consultores, o mundo atual exige excelência na distribuição e na disponibilidade do produto, já que as novas demandas dos consumidores pedem por

uma sincronia fundamental entre a logística, o planejamento e a cadeia de abastecimento como um todo, desde a compra até a distribuição.

Na chamada "Operação Anywhere Channel", o Supply Chain, ou cadeia de suprimentos, recebe uma grande importância, pois as empresas passam a entender que o consumidor atual deseja comprar quando quiser, onde quiser e como quiser. Mas, afinal, de que forma as falhas na cadeia de suprimentos de sua empresa – ainda que pareçam mínimas – afetam o seu próprio negócio frente aos concorrentes?

De acordo com a AGR Consultores, a era digital no consumo fez com que diversos outros critérios no processo de compra passassem a ser observados com maior atenção pelos consumidores. Diferentemente do processo de compra físico, o preço deixou de ser o único critério para que o cliente opte pela marca A ou B.

"Dentre estes [outros critérios], podemos destacar prazo e modalidade de entrega, valor do frete. informações claras sobre o produto, navegação intuitiva e a forma de pagamento. A mais atrativa combinação destes e demais critérios é que viabilizará a melhor experiência de compra ao consumidor", explica Marcelo Paciolo, consultor da AGR Consultores

O consultor destaca também a importância da flexibilidade das empresas nesse processo de compra e venda em diferentes canais. Segundo pesquisa realizada pela consultoria Nielsen, cerca de 60% das pessoas entrevistadas com idade entre 25 e 40 anos gostariam de ter flexibilidade para o processo de entrega. Ou seja, desejam ter mais opções relativas aos horários e locais de entrega para suas compras, por exemplo.

"Temos observado o desenvolvimento expressivo desses pilares, e ainda mais intensificado nos últimos cinco anos. Quando entramos especificamente no quesito prazo de entrega, a evolução é ainda maior, dada a sua complexidade. A cada barreira superada,

um novo ciclo em busca da entrega mais rápida é iniciado – 5 dias para entrega, reduzindo para 3 dias, 2 dias, entrega no dia seguinte à compra, entrega no mesmo dia, entrega em até 3 horas após a compra. A disputa já passa a ser contabilizada em minutos pelos maiores varejistas do mercado, e quem ganha somos nós consumidores", complementa Paciolo.

O consultor explica que a solução operacional que prevê a entrega no mesmo dia da compra significa muito mais do que "apenas" uma transportadora eficiente. É necessário construir um ciclo de vida do pedido de forma eficaz e fluída, para que essas características possam ser sentidas pelo consumidor desde a decisão e início do processo de compra.

A partir do recebimento do pedido, o ciclo interno deve ser ágil, com validações de pagamento integradas ao sistema antifraude. Posteriormente, a tarefa cabe ao time da operação, seja em centros de distribuição, dark stores ou direto da loja. Depois que o produto é separado e embalado de maneira padronizada, o pedido, agora materializado, é disponibilizado no menor tempo possível para o transportador, seja ele próprio ou terceirizado.

"Obviamente, esta entrega deve estar integrada às tecnologias que possam apoiar o consumidor final e a empresa na rastreabilidade do pedido com informes periódicos, utilizando, por exemplo, serviços de mensageria", afirma Paciolo.

"Na teoria, parece tudo muito prático de ser alcançado, principalmente atuando sob o princípio da omnicanalidade. Na prática, muitos desafios e barreiras a serem vencidos. A dimensão geográfica do Brasil pode ser encarada como um primeiro desafio, contemplando variáveis completamente distintas, tais como os modais de transporte, culturas externas e internas desde a operação à entrega desse pedido. Ou seja, entregar no Oiapoque tem uma receita bem diferente do que entregar no Chuí, passando inclusive por players distintos, uma vez que a eficiência de parceiros também está muito ligada à sua regionalidade. Nesse sentido, a tecnologia pode ser

um fator crucial para dar a velocidade e rastreabilidade à cadeia, porém ainda não é acessível para todo o elo de fornecedores e terceiros", complementa.

De acordo com ele, um dos principais desafios é como universalizar essa conduta. Segundo o indicador de consumo MCC-ENET, produzido pela Neotrust (antiga empresa Compre & Confie) e a camara-e.net, o crescimento do canal online foi de 73.88% no ano de 2020, representando mais de 60 bilhões de faturamento. Esse crescimento do caminho de ida gera também um aumento na necessidade de uma logística reversa eficiente, ou seja, o caminho de volta.

Nos Estados Unidos, por exemplo, cerca de 30% das vendas online geram devolução. Trata-se de um comportamento entendido como natural já que, enquanto a tecnologia não

é capaz de ser fidedigna à realidade na hora de comprar e experimentar um produto, a resposta imediata é disponibilizar cliente experimentar em local de sua preferência.

"Tornar-se eficiente nesse processo é fundamental. uma vez que, rompida a barreira da primeira hora de entrega, o alvo é ter essa devolução retornada à unidade o

mais rápido possível, com disponibilização de crédito para o consumidor em tempo recorde. O quão distante estamos dessa realidade hoje no Brasil?", questiona o consultor da AGR.

Precificação

Ainda que o preço tenha deixado de ser o único fator de relevância na tomada de decisão de compra do consumidor, ele não perdeu inteiramente sua importância no meio online. De acordo com Rodrigo Catani, por mais que as marcas estejam desenvolvendo cada vez mais projetos de "Anywhere Channel", seus consumidores não entendem eventuais diferenças na precificação dos diferentes canais.

"Apesar dos diferentes canais de vendas possuírem lógicas bem diferentes na construção da precificação, o consumidor não enxerga (e nem deveria) essas diferenças, ele realmente espera os mesmos preços nos diferentes canais, pois a relação dele é com a marca. Esta

é uma das regras de negócios mais importantes a serem definidas na construção das jornadas, pois o e-commerce é usualmente um canal de vendas mais dinâmico e mais ágil do que os canais físicos", afirma o consultor.

"Recentes pesquisas em diversos países comprovaram que essa diferença de preços por canais é um dos itens que mais levam à insatisfação do consumidor, gerando reclamações e um 'boca-a-boca' negativo. A decisão de trabalhar com precos sugeridos 'cheios' entre os canais na precificação original já é algo bastante praticado pelas empresas, porém isso cai por terra em campanhas promocionais de qualquer um dos canais. Em geral, as empresas têm optado por igualar os preços entre os canais quando há uma divergência apontada pelo consumidor, evitando assim possíveis insatisfações.

> Neste caso, o que precisa ser decidido é como fazer o acerto gerencial dessa diferença entre os canais, pois afeta metas de vendas, resultados, KPIs, impostos, etc.", complementa.

> Para o consultor, não se recomenda abandonar inteligência toda а de pricing neste novo cenário. No entanto, o modelo "Anywhere Channel" provoca

algumas reflexões importantes sobre as práticas e políticas de precificação a serem adotadas para cada empresa. A prioridade, é claro, é a satisfação do consumidor, mas não se deve esquecer das implicações para o backoffice da empresa e para as operações das lojas.



Transformação digital

A AGR Consultores ressalta que a transformação digital deve ter como objetivo principal trazer vantagem competitiva para o negócio, além de promover crescimento de resultados por meio de eficiências em processos, tais como aumento de produtividade, melhoria no tempo de resposta ao cliente, redução de erros, automação de tarefas manuais, maior visibilidade para planejamento, entre outras.

Nesse sentido, a consultoria apontou um passo a passo de como conduzir um processo de transformação digital de forma a obter essas reais vantagens competitivas:



Mergulhe fundo: nosso primeiro passo é entender. promovendo um diagnóstico de nossas operações. Quais os problemas mais significativos de hoje? Quais deles podem ser resolvidos pelo uso de novas tecnologias? Que processos poderão ser mais impactados (positiva ou negativamente)? Quais vantagens competitivas eu já possuo e que podem ser alavancadas? Assim como na medicina, um diagnóstico correto permitirá que você atue nas questões-chave do seu negócio e não em sintomas ou outras coisas baseadas apenas em percepções. Além disso, o diagnóstico deve ter uma visão abrangente e integrada do negócio, com envolvimento de todas as áreas e macroprocessos.

Priorize sua lista de desejos: agora que temos uma fotografia atualizada e ideias do que evoluir, podemos avaliar e priorizar quais os processos e as mudanças mais impactantes, quais os requisitos que devem ser atendidos por novas tecnologias e quais são as tecnologias capazes de fazê-lo. É a famosa lista de desejos, coisas que a ferramenta ou tecnologia deverá entregar. Quanto melhor for feito o diagnóstico e a lista de "desejos", mais assertiva será a definição e implantação das ferramentas. Normalmente é aqui que as empresas se perdem - não conseguem entender o que precisam (soluções), porque

não entenderam por que precisam (problemas ou oportunidades).

Avalie as opções: um tempero novo para reforçar estes pontos é o fato de que, até pouco tempo atrás, tínhamos grandes ERPs com seus módulos integrados em soluções únicas e em poucos players, sistemas estes normalmente criados com foco em alguma área, como contabilidade, produção ou venda no varejo. Atualmente, são milhares de players e módulos que oferecem soluções especializadas e se integram em tempo real, aumentando muito as opções e, com elas, os níveis de investimento e aderência. Startups, com pequenas e médias soluções, estão cada vez mais presentes nos mapas de soluções das empresas, resolvendo problemas e facilitando processos de negócio, com custos mais atraentes, agilidade de implantação e integração com ERPs.

Se as etapas anteriores forem percorridas com eficácia, a implantação será a próxima e mais longa etapa, mas que seguirá totalmente facilitada e bem direcionada. Aí sim, sua operação Anywhere Channel lhe trará benefícios ao invés de apenas representar desafios complexos à sua cadeia de suprimentos.



VIRTUDES PARA O TRABALHO EM EQUIPE

Em livro, consultor ressalta quais são as três características essenciais para o sucesso profissional em meio aos grupos

pandemia de Covid-19 trouxe uma infinidade de mudanças comportamentais a pessoas em todo o mundo. No ambiente de trabalho, com a ampla adoção das atividades remotas, líderes e gestores tiveram de se reinventar para que os resultados obtidos com suas equipes não decaíssem de forma incontornável.

Nesse sentido, quem liderou pessoas nesse período (ou mesmo aqueles que tiveram que liderar suas próprias empresas) se viu diante de uma série de desafios para os quais não foram minimamente preparados. Como motivar as equipes? Como gerenciar a produtividade de cada um? Como orientar os funcionários para que a rotina pessoal não "engula" a profissional (ou vice-versa)?

São questões sobre as quais não há respostas fáceis. Um livro que chega ao Brasil agora, no entanto, procurou abordar características que podem fazer uma grande diferença no desempenho das pessoas que trabalham em equipe.

Na obra As 3 virtudes essenciais para trabalhar em equipe - Uma história sobre colaboração, Patrick Lencioni explora características que considera fundamentais para qualquer funcionário que trabalha em equipe. Lencioni é fundador e presidente do The Table Group, uma consultoria voltada à saúde empresarial, trabalho em equipe e engajamento dos funcionários.

Seu principal livro – Os 5 desafios das equipes – vendeu mais de 3 milhões de exemplares em todo o mundo, sendo 70 mil no Brasil. Na obra, Lencioni ressalta que o trabalho em grupo é claramente minado quando os obstáculos a seguir são verificados em ao menos alguns dos colaboradores. São eles: a falta de confiança, o medo de conflitos, a falta de comprometimento, evitar responsabilizar os outros e a falta de atenção aos resultados. Problemas essencialmente comuns. cuios efeitos podem desencadear os mesmos problemas nos parceiros que também integram o grupo de trabalho.

Em seu livro atual, o autor relata que as três virtudes essenciais para trabalhar bem em equipe são: humildade, ambição e inteligência interpessoal. "Pode parecer simples, mas o verdadeiro significado dessas palavras é complexo. Compreender as nuances dessas virtudes é crucial para que elas sejam incorporadas de maneira eficaz", afirma o autor em sua obra mais recente.

"Nos últimos 20 anos, trabalhei com diversos líderes e observei que, quando um dos membros da equipe carece de alguma dessas três virtudes, é muito mais difícil formar



um time coeso, às vezes até impossível. [...] [Através da The Table Group], chegamos à conclusão de que essas três qualidades aparentemente óbvias representam para o trabalho em equipe o mesmo que velocidade, força e coordenação motora para um atleta: deixam tudo mais fácil", completa.

Um dos pontos mais interessantes no trabalho de Lencioni é sua forma de contar o que deseja. O autor se utiliza de uma narrativa de fábulas para ilustrar toda a teoria de uma forma mais clara e eficaz. Desta vez, ele conta a história de Jeff Shanley, que assume o comando da empresa da família em meio a um turbilhão de problemas.

Jeff acredita que só conseguirá salvar o negócio se consolidar uma cultura empresarial forte de contratação e desenvolvimento de pessoas com base nas três virtudes (humildade, ambição e inteligência interpessoal).

Para isso, o empresário se arrisca a perder pessoas talentosas, mas que não sabem trabalhar em grupo. Além disso, cabe a ele convencer um executivo da empresa de que, mesmo sob pressão, não vale a pena admitir profissionais abaixo dos padrões da organização.

Além da teoria. Lencioni oferece ao leitor ferramentas práticas para identificar, recrutar e desenvolver parceiros ideais de trabalho e mostra como o modelo das 3 virtudes se entrelaça com o dos 5 desafios.

"Líderes capazes de identificar, contratar e manter funcionários humildes, ambiciosos e dotados de inteligência interpessoal terão grandes vantagens. Eles estão aptos a formar equipes eficientes com facilidade e ao mesmo tempo reduzir o alto custo associado aos problemas de politicagem, rotatividade e falta de motivação. Colaboradores que incorporam essas virtudes são mais valiosos e relevantes para qualquer empresa que preze o trabalho em equipe", comenta o autor.

E qual é a importância de saber trabalhar em equipe no mundo atual de trabalho? Para Lencioni, essa capacidade está no topo da lista de qualidades mais valiosas que uma pessoa deve desenvolver para progredir no trabalho. e até mesmo na vida pessoal.

"Trabalhar de modo efetivo com outras pessoas e agregar valor à dinâmica do grupo é mais crucial do que nunca, considerando o ritmo com que as coisas acontecem no mundo. Sem essa qualidade, poucos alcançarão o sucesso na vida profissional ou pessoal", afirma o autor, ressaltando também que, apesar da importância desta virtude, infelizmente ainda é muito raro encontrar bons parceiros de equipe.

"Acho que o problema está na dificuldade em definir o que significa ser um parceiro. Isso torna o conceito vago e impreciso. De certo modo, o interesse pelo assunto é superficial e não recebe atenção prática. No livro Os 5 desafios das equipes, demonstro que o verdadeiro trabalho conjunto exige comportamentos concretos e específicos: confiança baseada na vulnerabilidade, conflito saudável, comprometimento, responsabilização e foco nos resultados. Felizmente, com treinamento, paciência e tempo suficientes, as pessoas aprendem a pôr esses conceitos em prática", complementa.

Vale a leitura e, principalmente, a tentativa de implementar essas virtudes de trabalho em sua equipe de colaboradores!



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.

















































































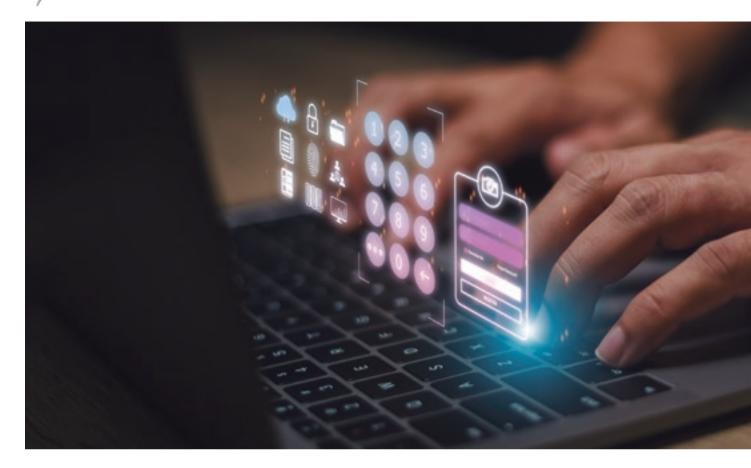






JUNTOS FAZEMOS MELHOR





Mitos que prejudicam a experiência digital do usuário

ssim como no mundo físico, a primeira impressão é o que mais impacta o usuário ao navegar por um site. O Relatório Varejo 2022, realizado pela Adyen, plataforma de tecnologia financeira, destaca que 70% dos 2 mil entrevistados para o estudo não oferecem uma segunda chance para marcas que disponibilizam experiências ruins, sejam elas no ambiente físico ou digital.

"Toda marca precisa construir uma experiência autêntica para o seu usuário, de forma que ele entenda que aquilo é único e somente ela pode oferecer", afirma Roque Sales, head de Design da Zappts, empresa de tecnologia focada em desenvolver soluções digitais para grandes marcas.

A empresa, que atua com players de diversos segmentos, em especial do setor financeiro, de seguros e varejo, tem como um dos seus principais pontos a criação de experiências digitais personalizadas para os usuários de seus clientes.

Mitos que podem afetar a experiência de usuários

A experiência do usuário pode acontecer tanto no ambiente físico como no digital. Ela precisa estar associada aos valores da marca e às necessidades do consumidor. Nesse sentido, o profissional dessa área não pode se deixar levar por vieses e vícios do mercado ou da própria empresa, pois a experiência sempre dependerá daquilo que é mais importante para o usuário.

Segundo pesquisa do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), de 2021, cerca de 82% dos domicílios brasileiros possuem acesso à internet, e 98% das pessoas que possuem internet móvel ou fixa fazem o acesso a partir de um smartphone. Os números mostram que o brasileiro participa do universo digital principalmente por meio dos dispositivos móveis.

Construir uma boa experiência de navegação para este usuário certamente está entre as principais preocupações



dos profissionais de tecnologia. Diante deste cenário, os designers e desenvolvedores devem analisar diversas situações que englobam o processo de estruturação de uma plataforma digital.

Não se prender a conceitos ou vícios da área pode auxiliar na evolução do trabalho e na consolidação do produto final. Sales explica alguns dos "mitos" muitas vezes disseminados na área e que não podem nortear o trabalho de um designer de experiência, também conhecidos como UX Designers. Confira:

Todas as páginas de um site devem ser acessíveis em 3 cliques

Um dos maiores mitos entre os profissionais de UX Design e principalmente entre usuários é o de que toda página dentro do ecossistema de um site deve ser acessada em 3 cliques. Apesar de se ter maior engajamento entre usuário e plataforma, nem toda página pode ou deve ser acessada em 3 cliques. A organização dos tópicos aliada a técnicas de arquitetura da informação podem tornar a navegação do usuário mais agradável.

Seu usuário não é como você

Outro mito bastante difundido entre designers e desenvolvedores é basear a usabilidade da navegação na própria experiência. Por exemplo, ao criar um site para o público adolescente, o UX Designer não pode colocar--se no lugar de um jovem, mas deve criar ferramentas que agradem este determinado público e testá-la. Além disso, os processos de research e discovery executados pelos designers devem ter como ponto central o usuário. de maneira que o exercício da empatia seja uma das características do projeto.

A aplicação está lenta, mas está funcionando

A lentidão das plataformas pode influenciar diretamente a experiência do usuário, sendo uma vantagem competitiva em muitos segmentos que utilizam os sites como principal canal de contato com o público, por exemplo. A demora no carregamento de uma página na internet pode causar estresse e desinteresse do usuário, portanto, apesar de estar funcionando, a aplicação deve ser fluida e com tempo de resposta ajustado.

O cliente define todos os direcionamentos

Ao construir um site, designers e desenvolvedores devem ouvir seus clientes com atenção para a formatação do projeto. O profissional de UX Design, nesse sentido, é crucial na condução desse processo, uma vez que ele é quem vai mapear os gostos e o comportamento do consumidor com a marca. Layout, cores e ferramentas são alguns dos tópicos levantados em reuniões entre designers, desenvolvedores e clientes. O consenso deve prevalecer entre as partes. mas a palavra do profissional contratado para isso deve ser sempre considerada como prioridade por parte do cliente que o contrata.

Desmistificação da experiência do usuário

Os designers de experiência do usuário têm potencial de serem grandes agentes de mudança, não apenas dentro das empresas, mas em toda a sociedade. Manter-se atualizado às mudanças culturais e comportamentais é fundamental para a construção de projetos que façam a diferença no dia a dia das pessoas.

Além da constante atualização, a empatia pelos usuários deve nortear o trabalho do designer durante toda a construção do projeto que realiza, para que os percalços e dificuldades possam ser superados sem maiores transtornos.

Recentemente, a Zappts lançou gratuitamente o ebook Tendências de Design de Experiência que sua empresa precisa ficar de olho, desenvolvido por Roque e disponível para os profissionais e entusiastas da área através do link: https://conteudos.zappts.com/ebook-tendencias-dedesign-de-experiencia.

Números do setor automotivo

Licenciamento de automóveis novos nacionais

Abril registrou queda em todos os cenários que compilam os dados de todos os segmentos em relação aos licenciamentos de veículos novos no Brasil. O maior decréscimo ocorreu na comparação entre o primeiro quadrimestre de 2022 e o mesmo período de 2021: -24,4%. Neste cenário, os resultados foram fortemente influenciados pelo segmento de veículos leves. Quando se considera somente o avanço mensal entre março e abril do ano corrente, no entanto, verifica-se queda mais acentuada nos outros dois segmentos: caminhões e ônibus. Os dados de 2022 até o momento seguem bem abaixo, inclusive, do segundo semestre de 2020, um período fortemente afetado pela pandemia.

| | 2022 | | | 202 | 21 | VARIAÇÕES PERCENTUAIS | | | |
|------------------|----------|----------|--------------|----------|--------------|-----------------------|-------|-------|--|
| Unidades | ABR A | MAR B | JAN/ABR C | ABR D | JAN/ABR E | A/B | A/D | C/E | |
| Total | 128.362 | 129.060 | 482.940 | 157.976 | 638.640 | 0,5 | -18,7 | 24,4 | |
| Veículos leves | 118.215 | 117.985 | 443.788 | 147.382 | 600.014 | 0,2 | -19,8 | -26,0 | |
| Automóveis | 98.568 | 98.562 | 370.600 | 118.823 | 495.537 | 0,0 | -17,0 | -25,2 | |
| Comerciais leves | 19.647 | 19.423 | 73.188 | 28.559 | 104.477 | 1,2 | -31,2 | -29,9 | |
| Caminhões | 9.020 | 9.713 | 34.703 | 9.420 | 34.121 | 7,1 | -4,2 | 1,7 | |
| Semileves | 100 | 119 | 405 | 109 | 347 | -16,0 | -8,3 | 16,7 | |
| Leves | 775 | 919 | 3.316 | 966 | 3.456 | -15,7 | -19,8 | -4,1 | |
| Médios | 1.016 | 1.058 | 3.700 | 816 | 3.060 | -4,0 | 24,5 | 20,9 | |
| Semipesados | 2.423 | 2.957 | 9.862 | 2.366 | 8.941 | -18,1 | 2,4 | 10,3 | |
| Pesados | 4.706 | 4.660 | 17.420 | 5.163 | 18.317 | 1,0 | -8,9 | -4,9 | |
| Ônibus | 1.127 | 1.362 | 4.449 | 1.174 | 4.505 | -17,3 | -4,0 | -1,2 | |

| 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 | 117,1 | 129,1 | 128,4 | | | | | | | | | 482,9 |

Fonte: Renavam/Denatran.

Produção de automóveis montados

Em relação à produção de automóveis montados, também se verificam quedas nas comparações entre os acumulados de 2022 e 2021, e entre abril deste ano e do anterior. Na evolução mensal entre março e abril de 2022, entretanto, a produção no País manteve-se praticamente estável, com leve aumento de 0,4% no compilado dos três segmentos. Assim como nos licenciamentos, a produção em 2022 segue com números abaixo do segundo semestre de 2020, no auge da pandemia e do isolamento social em todo o País.

| | | 2022 | | 202 | 21 | VARIAÇÕES PERCENTUAIS | | | |
|------------------|----------|----------|--------------|----------|--------------|-----------------------|-------|-------|--|
| Unidades | ABR A | MAR B | JAN/ABR C | ABR D | JAN/ABR E | A/B | A/D | C/E | |
| Total | 185.449 | 184.786 | 681.587 | 190.907 | 788.680 | 0,4 | 2,9 | -13,6 | |
| Veículos leves | 174.340 | 168.834 | 630.393 | 175.942 | 735.457 | 3,3 | -0,9 | -14,3 | |
| Automóveis | 144.517 | 139.634 | 526.695 | 147.859 | 614.772 | 3,5 | -2,3 | -14,3 | |
| Comerciais leves | 29.823 | 29.200 | 103.698 | 28.083 | 120.685 | 2,1 | 6,2 | -14,1 | |
| Caminhões | 9.483 | 13.531 | 43.866 | 13.093 | 46.175 | -29,9 | -27,6 | -5,0 | |
| Semileves | 128 | 106 | 474 | 158 | 482 | 20,8 | -19,0 | -1,7 | |
| Leves | 956 | 2.046 | 7.166 | 2.152 | 7.598 | -53,3 | -55,6 | -5,7 | |
| Médios | 456 | 686 | 2.009 | 417 | 2.096 | -33,5 | 9,4 | -4,2 | |
| Semipesados | 3.586 | 4.381 | 14.281 | 3.280 | 12.960 | -18,1 | 9,3 | 10,2 | |
| Pesados | 4.357 | 6.312 | 19.936 | 7.086 | 23.039 | -31,0 | -38,5 | -13,5 | |
| Ônibus | 1.626 | 2.421 | 7.328 | 1.872 | 7.048 | 32,8 | -13,1 | 4,0 | |
| Rodoviário | 239 | 460 | 1.050 | 262 | 659 | -48,0 | -8,8 | 59,3 | |
| Urbano | 1.387 | 1.961 | 6.278 | 1.610 | 6.389 | -29,3 | -13,9 | -1,7 | |

| 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 | 210,0 | 220,2 | 236,5 | 238,2 | 209,3 | 2.014,1 |
| 2021 | 200,4 | 197,0 | 200,3 | 190,9 | 192,8 | 167,5 | 164,2 | 165,3 | 174,1 | 179,0 | 205,7 | 210,9 | 2.248,3 |
| 2022 | 145,4 | 165,9 | 184,8 | 185,4 | | | | | | | | | 681,6 |

Fonte: Renavam/Denatran.

REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA

MERCADO AUTOMOTIVO

18 DE OUTUBRO DE 2022

PRESENCIAL

FECOMERCIO - SÃO PAULO

SAVE THE DATE

WWW.SEMINARIOAUTOMOTIVO.COM.BR

PARTICIPAÇÕES 2021

MASTER EXCLUSIVE









MASTER



PREMIUM













SCHAEFFLER

SPECIAL













ΤΛΚΛΟ

COMERCIAL

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

REALIZAÇÃO:

















Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista

A Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista do Estado de São Paulo tem como objetivo produzir indicadores mensais do desempenho do comércio varejista e dos seus vários ramos de atividade em todas as 16 regiões do Estado. A partir de dados do faturamento bruto real, as informações produzidas pela pesquisa permitem mensurar, tanto em número índice quanto em R\$ bilhões, e projetar a atividade econômica geral de curto prazo, dado que o consumo é o indicador mais sensível e o que mais rapidamente responde às mudanças conjunturais e/ou às medidas de política econômica.

| F | - Faturamento Real | FEV 2021 | MAR 2021 | ABR 2021 | MAI 2021 | JUN 2021 | |
|------------------------|---|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------------------|--|
| | | | | | | | |
| Estado de São Paulo | Autopeças e acessórios Concessionárias de veículos | 821.247.936 | 879.947.754 | 841.078.662 | 904.141.818 | 914.986.762 3.534.768.932 | |
| Jao i auto | | 2.929.610.452 | 2.809.725.590 | 2.933.832.155 | 3.347.989.919 | | |
| Capital | Autopeças e acessórios | 246.597.144 | 263.905.275 | 247.914.148 | 269.416.514 | 276.246.076 | |
| | Concessionárias de veículos | 1.219.611.855 | 1.104.401.375 | 1.131.540.828 | 1.362.615.952 | 1.462.689.118 | |
| ABCD | Autopeças e acessórios | 35.688.251 | 43.528.202 | 35.088.294 | 45.154.324 | 56.279.539 | |
| | Concessionárias de veículos | 205.835.574 | 172.981.417 | 198.203.318 | 207.522.936 | 242.133.335 | |
| Araçatuba | Autopeças e acessórios | 25.853.239 | 27.317.116 | 25.771.977 | 28.571.100 | 28.394.845 | |
| • | Concessionárias de veículos | 39.197.189 | 42.756.639 | 29.533.774 | 39.360.729 | 39.508.132 | |
| Araraguara | Autopeças e acessórios | 19.927.016 | 22.759.187 | 22.016.665 | 23.053.462 | 22.249.639 | |
| | Concessionárias de veículos | 58.295.279 | 68.469.670 | 72.158.142 | 83.702.482 | 81.074.557 | |
| Bauru | Autopeças e acessórios | 43.110.125 | 46.512.215 | 47.254.814 | 47.012.096 | 46.480.532 | |
| Dauru | Concessionárias de veículos | 77.431.745 | 90.795.485 | 92.737.833 | 97.558.242 | 97.447.166 | |
| Campinas | Autopeças e acessórios | 114.188.347 | 122.920.762 | 119.619.397 | 116.380.895 | 124.756.958 | |
| Campinas | Concessionárias de veículos | 366.319.894 | 384.212.847 | 409.053.368 | 443.397.673 | 460.654.595 | |
| c 11 | Autopeças e acessórios | 51.919.697 | 50.096.136 | 52.469.460 | 55.341.701 | 53.048.871 | |
| Guarulhos | Concessionárias de veículos | 69.801.463 | 69.668.933 | 66.425.996 | 78.772.666 | 86.031.924 | |
| 1 1 / | Autopeças e acessórios | 41.464.212 | 42.756.498 | 42.210.903 | 45.827.228 | 42.414.233 | |
| Jundiaí | Concessionárias de veículos | 112.167.368 | 106.584.813 | 105.020.286 | 121.988.482 | 119.674.370 | |
| 1.4 | Autopeças e acessórios | 32.309.412 | 31.640.963 | 31.305.621 | 34.055.638 | 35.021.084 | |
| Litoral | Concessionárias de veículos | 101.016.185 | 91.841.320 | 101.860.702 | 123.969.501 | 139.587.744 | |
| | Autopeças e acessórios | 28.683.375 | 29.346.088 | 26.636.260 | 28.883.008 | 27.806.803 | |
| Marília | Concessionárias de veículos | 33.357.702 | 36.129.080 | 38.893.493 | 37.099.157 | 37.766.494 | |
| _ | Autopeças e acessórios | 13.827.716 | 15.701.239 | 14.809.031 | 16.158.361 | 15.980.658 | |
| Osasco | Concessionárias de veículos | 81.413.243 | 78.610.148 | 85.306.281 | 89.018.044 | 94.287.036 | |
| Presidente | Autopeças e acessórios | 9.502.928 | 10.397.146 | 8.477.529 | 11.759.800 | 10.911.516 | |
| Prudente | Concessionárias de veículos | 28.535.887 | 32.315.194 | 33.684.099 | 33.884.353 | 37.605.158 | |
| Ribeirão | Autopeças e acessórios | 72.777.819 | 84.308.838 | 82.536.807 | 88.570.138 | 80.983.103 | |
| Preto | Concessionárias de veículos | 184.094.148 | 185.669.387 | 201.301.570 | 207.362.466 | 211.227.154 | |
| São José do | Autopeças e acessórios | 25.994.812 | 23.722.820 | 24.868.741 | 29.476.560 | 28.809.825 | |
| Rio Preto | Concessionárias de veículos | 78.998.088 | 68.892.890 | 88.485.013 | 98.567.432 | 105.085.836 | |
| | Autopeças e acessórios | 35.990.510 | 40.556.966 | 36.938.964 | 39.213.002 | 40.018.814 | |
| Sorocaba | Concessionárias de veículos | 147.395.247 | 145.876.838 | 158.194.973 | 176.476.150 | 186.292.011 | |
| | Autopeças e acessórios | 23.413.332 | 24.478.301 | 23.160.053 | 25.267.992 | 25.584.266 | |
| Taubaté | Concessionárias de veículos | 126.139.586 | 130.519.554 | 121.432.480 | 146.693.655 | 133.704.301 | |

^{*} A preços de junho/2018 – valores em R\$ mil

do Estado de São Paulo



| 3.668.698.216 3.749.330.149 3.557.696.762 3.335.233.858 3.433.692.723 3.321.064.441 3.161.857.894 3.392.50.506 287.461.689 283.155.710 275.073.008 290.461.156 302.133.494 291.997.793 3.431.0139 48.872.624 40.435.906 41.941.218 36.764.202 38.538.806 51.677.674 243.395.610 249.886.683 252.390.209 216.931.344 242.917.994 202.510.863 214.591.275 23.30.53.800 32.638.215 30.638.097 30.211.544 27.973.905 32.761.73 32.318.231 37.607.542 38.551.677 33.850.779 35.895.879 34.891.459 43.744.592 27.921.338 27.922.338 27.92 | 2021 | DEZ 2021 JAN | SET 2021 OUT 2021 | Z 2021 JAN 2022 | FEV 2022 |
|--|---------|----------------------|-----------------------------------|------------------------|---------------|
| 339.250.506 287.461.689 283.155.710 275.073.008 290.461.156 302.133.494 291.997.793 1.522.670.967 1.563.413.572 1.473.441.776 1.369.329.854 1.404.861.226 1.296.181.204 1.281.358.983 1.404.8410.139 48.872.624 40.435.906 41.941.218 36.764.202 38.538.806 51.677.674 243.395.610 249.886.683 252.390.209 216.931.344 242.917.994 202.510.863 214.591.275 2.30.053.800 32.638.215 30.638.097 30.211.544 27.973.905 32.761.173 32.318.231 37.607.542 38.551.677 33.850.779 35.895.879 34.891.459 43.744.592 27.921.338 26.306.762 25.704.223 23.352.370 23.665.076 24.773.930 24.046.401 24.656.626 89.159.321 90.851.185 82.683.312 84.704.603 85.263.771 87.689.415 80.825.012 99.702.886 102.220.584 98.987.513 94.702.583 95.172.966 99.390.336 89.891.618 133.133.694 130.351.830 122.153.491 125.911.049 124.897.619 137.630.897 133.240.228 1456.153.425 472.693.642 448.174.910 422.188.049 422.527.298 425.575.401 406.202.983 83.200.459 84.681.736 76.551.087 71.442.221 70.737.091 72.956.164 72.868.207 50.590.375 49.493.211 44.950.031 46.862.113 48.400.275 51.057.231 45.957.003 133.980.465 128.912.063 128.275.293 126.503.629 130.373.349 133.509.689 115.775.821 140.320.524 139.143.103 133.662.711 122.977.263 133.015.127 122.235.146 111.051.372 130.753.200 29.166.246 28.784.344 29.104.922 26.543.974 27.037.636 24.881.994 40.681.996 42.215.488 39.964.044 40.669.568 45.321.842 43.209.519 38.431.985 11.590.806 17.679.682 18.116.685 18.116.685 45.21.842 43.209.519 38.431.985 11.590.806 13.915.979 11.827.692 11.590.826 45.22.812 12.390.204 11.542.968 39.097.028 36.918.319 35.609.019 36.553.897 36.003.041 36.121.429 29.849.782 29.849.82 29.500.004 30.346.291 29.556.166 27.594.378 27.590.002 28.077.359 28.400.836 29.556.166 27.594.378 27.590.002 28.077.359 28.400.836 29.556.166 27.594.378 27.590.002 28.077.359 28.400.836 29.556.166 27.594.378 27.590.002 28.077.359 28.400.836 29.556.166 27.594.378 27.590.002 28.077.359 28.400.836 29.556.166 27.594.378 27.590.002 28.077.359 28.400.836 29.555.166 27.594.378 27.590.002 28.077.359 28.400.836 29.555.166 27.594.3 | 106.370 | 985.123.705 956.9 | 9 923.589.053 927.678.516 9 | 123.705 956.942.653 | 971.603.143 |
| 1.522.670.967 1.563.413.572 1.473.441.776 1.369.329.854 1.404.861.226 1.296.181.204 1.281.358.983 1.434.10.139 48.872.624 40.435.906 41.941.218 36.764.202 38.538.806 51.677.674 243.395.610 249.886.683 252.390.209 216.931.344 242.917.994 202.510.863 214.591.275 2 30.053.800 32.638.215 30.638.097 30.211.544 27.973.905 32.761.173 32.318.231 37.607.542 38.551.677 33.850.779 35.895.879 34.891.459 43.744.592 27.921.338 26.306.762 25.704.223 23.352.370 23.6650.76 24.773.930 24.046.401 24.656.626 89.159.321 90.851.185 82.683.312 84.704.603 85.263.771 87.689.415 80.825.012 50.467.140 47.258.559 49.055.909 46.966.987 45.814.861 46.247.024 47.832.199 47.628.86 133.133.694 130.351.830 122.153.491 125.911.049 124.897.619 137.630.897 133.240.228 1456.153.425 47.693.642 448.174.910 422.188.049 422.572.28 425.575.401 </th <td>698.216</td> <td>3.321.064.441 3.161.</td> <td>49 3.557.696.762 3.335.233.858 3.</td> <td>.064.441 3.161.857.894</td> <td>3.303.912.753</td> | 698.216 | 3.321.064.441 3.161. | 49 3.557.696.762 3.335.233.858 3. | .064.441 3.161.857.894 | 3.303.912.753 |
| 43.410.139 48.872.624 40.435.906 41.941.218 36.764.202 38.538.806 51.677.674 243.395.610 249.886.683 252.390.209 216.931.344 242.917.994 202.510.863 214.591.275 2 30.053.800 32.638.215 30.638.097 30.211.544 27.973.905 32.761.173 32.318.231 37.607.542 38.551.677 33.850.779 35.895.879 34.891.459 43.744.592 27.921.338 26.306.762 25.704.223 23.352.370 23.665.076 24.773.930 24.046.401 24.656.626 89.159.321 90.851.185 82.683.312 84.704.603 85.263.771 87.689.415 80.825.012 50.467.140 47.258.559 49.055.909 46.966.987 45.814.861 46.247.024 47.832.199 99.702.886 102.220.584 98.987.513 94.702.583 95.172.966 99.390.336 89.891.618 133.133.694 130.351.830 122.153.491 125.911.049 124.897.619 137.630.897 133.240.228 1 456.153.425 472.69 | 50.506 | 302.133.494 291.9 | 9 283.155.710 275.073.008 2 | 133.494 291.997.793 | 303.621.089 |
| 243.395.610 249.886.683 252.390.209 216.931.344 242.917.994 202.510.863 214.591.275 2 30.053.800 32.638.215 30.638.097 30.211.544 27.973.905 32.761.173 32.318.231 37.607.542 38.551.677 33.850.779 35.895.879 34.891.459 43.744.592 27.921.338 26.306.762 25.704.223 23.352.370 23.665.076 24.773.930 24.046.401 24.656.626 89.159.321 90.851.185 82.683.312 84.704.603 85.263.771 87.689.415 80.825.012 50.467.140 47.258.559 49.055.909 46.966.987 45.814.861 46.247.024 47.832.199 99.702.886 102.220.584 98.987.513 94.702.583 95.172.966 99.390.336 89.891.618 133.133.694 130.351.830 122.153.491 125.911.049 124.897.619 137.630.897 133.240.228 1 456.153.425 472.693.642 448.174.910 422.188.049 422.572.298 425.575.401 406.202.983 3 55.896.41 | 670.967 | 1.296.181.204 1.281. | 72 1.473.441.776 1.369.329.854 1. | .181.204 1.281.358.983 | 1.383.447.820 |
| 30.053.800 32.638.215 30.638.097 30.211.544 27.973.905 32.761.173 32.318.231 37.607.542 38.551.677 33.850.779 35.895.879 34.891.459 43.744.592 27.921.338 26.306.762 25.704.223 23.352.370 23.665.076 24.773.930 24.046.401 24.656.626 89.159.321 90.851.185 82.683.312 84.704.603 85.263.771 87.689.415 80.825.012 50.467.140 47.258.559 49.055.909 46.966.987 45.814.861 46.247.024 47.832.199 99.702.886 102.220.584 98.987.513 94.702.583 95.172.966 99.390.336 89.891.618 133.133.694 130.351.830 122.153.491 125.911.049 124.897.619 137.630.897 133.240.228 456.153.425 472.693.642 448.174.910 422.188.049 422.527.298 425.575.401 406.202.983 36.320.459 84.681.736 76.551.087 71.442.221 70.737.091 72.956.164 72.868.207 50.590.375 49.493.211 44.950.031 46.862.113 48.400.275 51.057.231 45.957.003 133.980.465 128.912.063 128.275.293 126.503.629 130.373.349 133.509.689 115.775.821 130.753.200 29.166.246 28.784.344 29.104.922 26.543.974 27.037.636 24.881.974 40.681.996 42.215.488 39.964.044 40.669.568 45.321.842 43.209.519 38.431.985 16.566.360 17.679.682 18.116.685 21.852.774 22.759.226 24.677.978 17.975.331 101.976.748 98.667.870 93.255.419 83.442.086 90.520.285 95.584.507 94.012.235 11.590.186 13.915.979 11.827.692 11.508.256 12.228.212 12.390.204 11.542.968 39.097.028 36.918.319 35.609.019 36.553.897 36.003.041 36.121.429 29.849.782 85.681.289 88.470.055 86.887.118 84.445.841 81.724.870 81.861.692 78.895.508 234.458.555 231.671.462 219.498.224 218.764.852 220.561.726 229.546.413 200.731.953 229.500.004 30.346.291 29.556.166 27.594.378 27.690.902 28.077.359 28.400.836 | 10.139 | 38.538.806 51.6 | 4 40.435.906 41.941.218 | 538.806 51.677.674 | 43.557.913 |
| 37.607.542 38.551.677 33.850.779 35.895.879 34.891.459 43.744.592 27.921.338 26.306.762 25.704.223 23.352.370 23.665.076 24.773.930 24.046.401 24.656.626 89.159.321 90.851.185 82.683.312 84.704.603 85.263.771 87.689.415 80.825.012 50.467.140 47.258.559 49.055.909 46.966.987 45.814.861 46.247.024 47.832.199 99.702.886 102.220.584 98.987.513 94.702.583 95.172.966 99.390.336 89.891.618 133.133.694 130.351.830 122.153.491 125.911.049 124.897.619 137.630.897 133.240.228 135.896.417 61.067.026 57.735.265 64.890.854 68.928.603 72.002.269 66.502.338 83.200.459 84.681.736 76.551.087 71.442.221 70.737.091 72.956.164 72.868.207 50.590.375 49.493.211 44.950.031 46.862.113 48.400.275 51.057.231 45.957.003 133.980.465 128.912.063 128.275.293 126.503.629 1 | 95.610 | 202.510.863 214.5 | 3 252.390.209 216.931.344 2 | 510.863 214.591.275 | 224.611.596 |
| 26.306.762 25.704.223 23.352.370 23.665.076 24.773.930 24.046.401 24.656.626 89.159.321 90.851.185 82.683.312 84.704.603 85.263.771 87.689.415 80.825.012 50.467.140 47.258.559 49.055.909 46.966.987 45.814.861 46.247.024 47.832.199 99.702.886 102.220.584 98.987.513 94.702.583 95.172.966 99.390.336 89.891.618 133.133.694 130.351.830 122.153.491 125.911.049 124.897.619 137.630.897 133.240.228 1 456.153.425 472.693.642 448.174.910 422.188.049 422.527.298 425.575.401 406.202.983 3 55.896.417 61.067.026 57.735.265 64.890.854 68.928.603 72.002.269 66.502.338 83.200.459 84.681.736 76.551.087 71.442.221 70.737.091 72.956.164 72.868.207 50.590.375 49.493.211 44.950.031 46.862.113 48.400.275 51.057.231 45.957.003 133.980.465 128.91 | 53.800 | 32.761.173 32.3 | 5 30.638.097 30.211.544 | 761.173 32.318.231 | 31.293.403 |
| 89,159,321 90,851,185 82,683,312 84,704,603 85,263,771 87,689,415 80,825,012 50,467,140 47,258,559 49,055,909 46,966,987 45,814,861 46,247,024 47,832,199 99,702,886 102,220,584 98,987,513 94,702,583 95,172,966 99,390,336 89,891,618 133,133,694 130,351,830 122,153,491 125,911,049 124,897,619 137,630,897 133,240,228 1 456,153,425 472,693,642 448,174,910 422,188,049 422,527,298 425,575,401 406,202,983 3 55,896,417 61,067,026 57,735,265 64,890,854 68,928,603 72,002,269 66,502,338 83,200,459 84,681,736 76,551,087 71,442,221 70,737,091 72,956,164 72,868,207 50,590,375 49,493,211 44,950,031 46,862,113 48,400,275 51,057,231 45,957,003 133,980,465 128,912,063 128,275,293 126,503,629 130,373,349 133,509,689 115,775,821 1 440,620,2 | 07.542 | 43.744.592 27.9 | 7 33.850.779 35.895.879 | 744.592 27.921.338 | 28.324.947 |
| 50.467.140 47.258.559 49.055.909 46.966.987 45.814.861 46.247.024 47.832.199 99.702.886 102.220.584 98.987.513 94.702.583 95.172.966 99.390.336 89.891.618 133.133.694 130.351.830 122.153.491 125.911.049 124.897.619 137.630.897 133.240.228 1 456.153.425 472.693.642 448.174.910 422.188.049 422.527.298 425.575.401 406.202.983 3 55.896.417 61.067.026 57.735.265 64.890.854 68.928.603 72.002.269 66.502.338 83.200.459 84.681.736 76.551.087 71.442.221 70.737.091 72.956.164 72.868.207 50.590.375 49.493.211 44.950.031 46.862.113 48.400.275 51.057.231 45.957.003 133.980.465 128.912.063 128.275.293 126.503.629 130.373.349 133.509.689 115.775.821 1 35.733.776 36.407.688 32.583.683 33.403.636 34.301.702 36.737.163 37.339.176 140.320.5 | 06.762 | 24.046.401 24.6 | 3 23.352.370 23.665.076 | 24.656.626 | 23.973.587 |
| 99.702.886 102.220.584 98.987.513 94.702.583 95.172.966 99.390.336 89.891.618 133.133.694 130.351.830 122.153.491 125.911.049 124.897.619 137.630.897 133.240.228 1 456.153.425 472.693.642 448.174.910 422.188.049 422.527.298 425.575.401 406.202.983 3 55.896.417 61.067.026 57.735.265 64.890.854 68.928.603 72.002.269 66.502.338 83.200.459 84.681.736 76.551.087 71.442.221 70.737.091 72.956.164 72.868.207 50.590.375 49.493.211 44.950.031 46.862.113 48.400.275 51.057.231 45.957.003 1 133.980.465 128.912.063 128.275.293 126.503.629 130.373.349 133.509.689 115.775.821 1 35.733.776 36.407.688 32.583.683 33.403.636 34.301.702 36.737.163 37.339.176 140.320.524 139.143.103 133.626.711 122.977.263 133.015.127 122.235.146 111.051.372 1 30.753.200 29.166.246 28.784.344 29.104.922 26.543.974 27.037.636 24.881.974 40.681.996 42.215.488 39.964.044 40.669.568 45.321.842 43.209.519 38.431.985 16.566.360 17.679.682 18.116.685 21.852.774 22.759.226 24.677.978 17.975.331 101.976.748 98.667.870 93.255.419 83.442.086 90.520.285 95.584.507 94.012.235 11.590.186 13.915.979 11.827.692 11.508.256 12.228.212 12.390.204 11.542.968 39.097.028 36.918.319 35.609.019 36.553.897 36.003.041 36.121.429 29.849.782 85.681.289 88.470.055 86.887.118 84.445.841 81.724.870 81.861.692 78.895.508 234.458.555 231.671.462 219.498.224 218.764.852 220.561.726 229.546.413 200.731.953 2 | 59.321 | 87.689.415 80.8 | 5 82.683.312 84.704.603 8 | 80.825.012 | 80.270.476 |
| 133.133.694 130.351.830 122.153.491 125.911.049 124.897.619 137.630.897 133.240.228 1 456.153.425 472.693.642 448.174.910 422.188.049 422.527.298 425.575.401 406.202.983 3 55.896.417 61.067.026 57.735.265 64.890.854 68.928.603 72.002.269 66.502.338 83.200.459 84.681.736 76.551.087 71.442.221 70.737.091 72.956.164 72.868.207 50.590.375 49.493.211 44.950.031 46.862.113 48.400.275 51.057.231 45.957.003 133.980.465 128.912.063 128.275.293 126.503.629 130.373.349 133.509.689 115.775.821 1 40.320.524 139.143.103 133.626.711 122.977.263 133.015.127 122.235.146 111.051.372 1 30.753.200 29.166.246 28.784.344 29.104.922 26.543.974 27.037.636 24.881.974 40.681.996 42.215.488 39.964.044 40.669.568 45.321.842 43.209.519 38.431.985 16.566.360 17.679.682 18.116.685 21.852.774 22.759. | 57.140 | 46.247.024 47.8 | 9 49.055.909 46.966.987 | 47.024 47.832.199 | 49.611.023 |
| 456.153.425 472.693.642 448.174.910 422.188.049 422.527.298 425.575.401 406.202.983 3 55.896.417 61.067.026 57.735.265 64.890.854 68.928.603 72.002.269 66.502.338 83.200.459 84.681.736 76.551.087 71.442.221 70.737.091 72.956.164 72.868.207 50.590.375 49.493.211 44.950.031 46.862.113 48.400.275 51.057.231 45.957.003 133.980.465 128.912.063 128.275.293 126.503.629 130.373.349 133.509.689 115.775.821 1 35.733.776 36.407.688 32.583.683 33.403.636 34.301.702 36.737.163 37.339.176 140.320.524 139.143.103 133.626.711 122.977.263 133.015.127 122.235.146 111.051.372 1 30.753.200 29.166.246 28.784.344 29.104.922 26.543.974 27.037.636 24.881.974 40.681.996 42.215.488 39.964.044 40.669.568 45.321.842 43.209.519 38.431.985 16.566.360 17.679.682 18.116.685 21.852.774 22.759.226 24.6 | 02.886 | 99.390.336 89.8 | 4 98.987.513 94.702.583 | 890.336 89.891.618 | 90.567.829 |
| 55.896.417 61.067.026 57.735.265 64.890.854 68.928.603 72.002.269 66.502.338 83.200.459 84.681.736 76.551.087 71.442.221 70.737.091 72.956.164 72.868.207 50.590.375 49.493.211 44.950.031 46.862.113 48.400.275 51.057.231 45.957.003 133.980.465 128.912.063 128.275.293 126.503.629 130.373.349 133.509.689 115.775.821 1 35.733.776 36.407.688 32.583.683 33.403.636 34.301.702 36.737.163 37.339.176 140.320.524 139.143.103 133.626.711 122.977.263 133.015.127 122.235.146 111.051.372 1 30.753.200 29.166.246 28.784.344 29.104.922 26.543.974 27.037.636 24.881.974 40.681.996 42.215.488 39.964.044 40.669.568 45.321.842 43.209.519 38.431.985 16.566.360 17.679.682 18.116.685 21.852.774 22.759.226 24.677.978 17.975.331 11.590.186 13.915.9 | 33.694 | 137.630.897 133.2 | 0 122.153.491 125.911.049 1 | 630.897 133.240.228 | 134.288.611 |
| 83.200.459 84.681.736 76.551.087 71.442.221 70.737.091 72.956.164 72.868.207 50.590.375 49.493.211 44.950.031 46.862.113 48.400.275 51.057.231 45.957.003 133.980.465 128.912.063 128.275.293 126.503.629 130.373.349 133.509.689 115.775.821 1 35.733.776 36.407.688 32.583.683 33.403.636 34.301.702 36.737.163 37.339.176 140.320.524 139.143.103 133.626.711 122.977.263 133.015.127 122.235.146 111.051.372 1 30.753.200 29.166.246 28.784.344 29.104.922 26.543.974 27.037.636 24.881.974 40.681.996 42.215.488 39.964.044 40.669.568 45.321.842 43.209.519 38.431.985 16.566.360 17.679.682 18.116.685 21.852.774 22.759.226 24.677.978 17.975.331 101.976.748 98.667.870 93.255.419 83.442.086 90.520.285 95.584.507 94.012.235 11.590.186 13.915.979 11.827.692 11.508.256 12.228.212 12.390.204 1 | 53.425 | 425.575.401 406.2 | 2 448.174.910 422.188.049 4 | 575.401 406.202.983 | 395.626.417 |
| 50.590.375 49.493.211 44.950.031 46.862.113 48.400.275 51.057.231 45.957.003 133.980.465 128.912.063 128.275.293 126.503.629 130.373.349 133.509.689 115.775.821 1 35.733.776 36.407.688 32.583.683 33.403.636 34.301.702 36.737.163 37.339.176 140.320.524 139.143.103 133.626.711 122.977.263 133.015.127 122.235.146 111.051.372 1 30.753.200 29.166.246 28.784.344 29.104.922 26.543.974 27.037.636 24.881.974 40.681.996 42.215.488 39.964.044 40.669.568 45.321.842 43.209.519 38.431.985 16.566.360 17.679.682 18.116.685 21.852.774 22.759.226 24.677.978 17.975.331 101.976.748 98.667.870 93.255.419 83.442.086 90.520.285 95.584.507 94.012.235 11.590.186 13.915.979 11.827.692 11.508.256 12.228.212 12.390.204 11.542.968 39.097.028 36.918. | 96.417 | 72.002.269 66.5 | 5 57.735.265 64.890.854 | 002.269 66.502.338 | 71.552.648 |
| 133.980.465 128.912.063 128.275.293 126.503.629 130.373.349 133.509.689 115.775.821 1 35.733.776 36.407.688 32.583.683 33.403.636 34.301.702 36.737.163 37.339.176 140.320.524 139.143.103 133.626.711 122.977.263 133.015.127 122.235.146 111.051.372 1 30.753.200 29.166.246 28.784.344 29.104.922 26.543.974 27.037.636 24.881.974 40.681.996 42.215.488 39.964.044 40.669.568 45.321.842 43.209.519 38.431.985 16.566.360 17.679.682 18.116.685 21.852.774 22.759.226 24.677.978 17.975.331 101.976.748 98.667.870 93.255.419 83.442.086 90.520.285 95.584.507 94.012.235 11.590.186 13.915.979 11.827.692 11.508.256 12.228.212 12.390.204 11.542.968 39.097.028 36.918.319 35.609.019 36.553.897 36.003.041 36.121.429 29.849.782 85.681.289 88.470.055 86.887.118 84.445.841 81.724.870 81.861.692 7 | 00.459 | 72.956.164 72.8 | 5 76.551.087 71.442.221 | 72.868.207 | 71.427.255 |
| 35.733.776 36.407.688 32.583.683 33.403.636 34.301.702 36.737.163 37.339.176 140.320.524 139.143.103 133.626.711 122.977.263 133.015.127 122.235.146 111.051.372 1 30.753.200 29.166.246 28.784.344 29.104.922 26.543.974 27.037.636 24.881.974 40.681.996 42.215.488 39.964.044 40.669.568 45.321.842 43.209.519 38.431.985 16.566.360 17.679.682 18.116.685 21.852.774 22.759.226 24.677.978 17.975.331 101.976.748 98.667.870 93.255.419 83.442.086 90.520.285 95.584.507 94.012.235 11.590.186 13.915.979 11.827.692 11.508.256 12.228.212 12.390.204 11.542.968 39.097.028 36.918.319 35.609.019 36.553.897 36.003.041 36.121.429 29.849.782 85.681.289 88.470.055 86.887.118 84.445.841 81.724.870 81.861.692 78.895.508 234.458.555 231.671.462 219.498.224 218.764.852 220.561.726 229.546.413 200.731.953 | 90.375 | 51.057.231 45.9 | 1 44.950.031 46.862.113 | 57.231 45.957.003 | 46.410.936 |
| 140.320.524 139.143.103 133.626.711 122.977.263 133.015.127 122.235.146 111.051.372 1 30.753.200 29.166.246 28.784.344 29.104.922 26.543.974 27.037.636 24.881.974 40.681.996 42.215.488 39.964.044 40.669.568 45.321.842 43.209.519 38.431.985 16.566.360 17.679.682 18.116.685 21.852.774 22.759.226 24.677.978 17.975.331 101.976.748 98.667.870 93.255.419 83.442.086 90.520.285 95.584.507 94.012.235 11.590.186 13.915.979 11.827.692 11.508.256 12.228.212 12.390.204 11.542.968 39.097.028 36.918.319 35.609.019 36.553.897 36.003.041 36.121.429 29.849.782 85.681.289 88.470.055 86.887.118 84.445.841 81.724.870 81.861.692 78.895.508 234.458.555 231.671.462 219.498.224 218.764.852 220.561.726 229.546.413 200.731.953 29.500.004 30.346.291 29.556.166 27.594.378 27.690.902 28.077.359 28.400.836 | 80.465 | 133.509.689 115.7 | 3 128.275.293 126.503.629 1 | 509.689 115.775.821 | 117.932.307 |
| 30.753.200 29.166.246 28.784.344 29.104.922 26.543.974 27.037.636 24.881.974 40.681.996 42.215.488 39.964.044 40.669.568 45.321.842 43.209.519 38.431.985 16.566.360 17.679.682 18.116.685 21.852.774 22.759.226 24.677.978 17.975.331 101.976.748 98.667.870 93.255.419 83.442.086 90.520.285 95.584.507 94.012.235 11.590.186 13.915.979 11.827.692 11.508.256 12.228.212 12.390.204 11.542.968 39.097.028 36.918.319 35.609.019 36.553.897 36.003.041 36.121.429 29.849.782 85.681.289 88.470.055 86.887.118 84.445.841 81.724.870 81.861.692 78.895.508 234.458.555 231.671.462 219.498.224 218.764.852 220.561.726 229.546.413 200.731.953 2 29.500.004 30.346.291 29.556.166 27.594.378 27.690.902 28.077.359 28.400.836 | 33.776 | 36.737.163 37.3 | 3 32.583.683 33.403.636 | 37.163 37.339.176 | 37.506.800 |
| 40.681.996 42.215.488 39.964.044 40.669.568 45.321.842 43.209.519 38.431.985 16.566.360 17.679.682 18.116.685 21.852.774 22.759.226 24.677.978 17.975.331 101.976.748 98.667.870 93.255.419 83.442.086 90.520.285 95.584.507 94.012.235 11.590.186 13.915.979 11.827.692 11.508.256 12.228.212 12.390.204 11.542.968 39.097.028 36.918.319 35.609.019 36.553.897 36.003.041 36.121.429 29.849.782 85.681.289 88.470.055 86.887.118 84.445.841 81.724.870 81.861.692 78.895.508 234.458.555 231.671.462 219.498.224 218.764.852 220.561.726 229.546.413 200.731.953 2 29.500.004 30.346.291 29.556.166 27.594.378 27.690.902 28.077.359 28.400.836 | 20.524 | 122.235.146 111.0 | 3 133.626.711 122.977.263 1 | 235.146 111.051.372 | 120.303.002 |
| 16.566.360 17.679.682 18.116.685 21.852.774 22.759.226 24.677.978 17.975.331 101.976.748 98.667.870 93.255.419 83.442.086 90.520.285 95.584.507 94.012.235 11.590.186 13.915.979 11.827.692 11.508.256 12.228.212 12.390.204 11.542.968 39.097.028 36.918.319 35.609.019 36.553.897 36.003.041 36.121.429 29.849.782 85.681.289 88.470.055 86.887.118 84.445.841 81.724.870 81.861.692 78.895.508 234.458.555 231.671.462 219.498.224 218.764.852 220.561.726 229.546.413 200.731.953 2 29.500.004 30.346.291 29.556.166 27.594.378 27.690.902 28.077.359 28.400.836 | 53.200 | 27.037.636 24.8 | 5 28.784.344 29.104.922 | 37.636 24.881.974 | 23.331.909 |
| 101.976.748 98.667.870 93.255.419 83.442.086 90.520.285 95.584.507 94.012.235 11.590.186 13.915.979 11.827.692 11.508.256 12.228.212 12.390.204 11.542.968 39.097.028 36.918.319 35.609.019 36.553.897 36.003.041 36.121.429 29.849.782 85.681.289 88.470.055 86.887.118 84.445.841 81.724.870 81.861.692 78.895.508 234.458.555 231.671.462 219.498.224 218.764.852 220.561.726 229.546.413 200.731.953 2 29.500.004 30.346.291 29.556.166 27.594.378 27.690.902 28.077.359 28.400.836 | 31.996 | 43.209.519 38.4 | 3 39.964.044 40.669.568 | 209.519 38.431.985 | 41.250.228 |
| 11.590.186 13.915.979 11.827.692 11.508.256 12.228.212 12.390.204 11.542.968 39.097.028 36.918.319 35.609.019 36.553.897 36.003.041 36.121.429 29.849.782 85.681.289 88.470.055 86.887.118 84.445.841 81.724.870 81.861.692 78.895.508 234.458.555 231.671.462 219.498.224 218.764.852 220.561.726 229.546.413 200.731.953 2 29.500.004 30.346.291 29.556.166 27.594.378 27.690.902 28.077.359 28.400.836 | 56.360 | 24.677.978 17.9 | 2 18.116.685 21.852.774 | 577.978 17.975.331 | 18.415.706 |
| 39.097.028 36.918.319 35.609.019 36.553.897 36.003.041 36.121.429 29.849.782 85.681.289 88.470.055 86.887.118 84.445.841 81.724.870 81.861.692 78.895.508 234.458.555 231.671.462 219.498.224 218.764.852 220.561.726 229.546.413 200.731.953 29.500.004 30.346.291 29.556.166 27.594.378 27.690.902 28.077.359 28.400.836 | 76.748 | 95.584.507 94.0 | 93.255.419 83.442.086 | 94.012.235 | 99.985.505 |
| 85.681.289 88.470.055 86.887.118 84.445.841 81.724.870 81.861.692 78.895.508 234.458.555 231.671.462 219.498.224 218.764.852 220.561.726 229.546.413 200.731.953 29.500.004 30.346.291 29.556.166 27.594.378 27.690.902 28.077.359 28.400.836 | 90.186 | 12.390.204 11.5 | 9 11.827.692 11.508.256 | 90.204 11.542.968 | 11.118.415 |
| 234.458.555 231.671.462 219.498.224 218.764.852 220.561.726 229.546.413 200.731.953 2 29.500.004 30.346.291 29.556.166 27.594.378 27.690.902 28.077.359 28.400.836 | 97.028 | 36.121.429 29.8 | 35.609.019 36.553.897 | 21.429 29.849.782 | 34.128.142 |
| 29.500.004 30.346.291 29.556.166 27.594.378 27.690.902 28.077.359 28.400.836 | 31.289 | 81.861.692 78.8 | 5 86.887.118 84.445.841 | 78.895.508 | 84.782.159 |
| | 58.555 | 229.546.413 200.7 | 2 219.498.224 218.764.852 2 | 546.413 200.731.953 | 215.558.927 |
| 106.599.696 113.490.457 105.100.036 97.717.913 101.971.590 106.734.108 87.359.654 | 00.004 | 28.077.359 28.4 | 29.556.166 27.594.378 | 777.359 28.400.836 | 30.050.799 |
| | 99.696 | 106.734.108 87.3 | 7 105.100.036 97.717.913 1 | 734.108 87.359.654 | 93.195.762 |
| 41.289.275 40.758.028 38.833.678 38.384.920 38.673.079 40.636.014 36.866.008 | 39.275 | 40.636.014 36.8 | 38.833.678 38.384.920 | 36.866.008 | 35.317.770 |
| 197.173.775 200.238.327 184.925.347 175.293.029 177.850.900 181.145.167 179.739.439 1 | 73.775 | 181.145.167 179.7 | 7 184.925.347 175.293.029 1 | 145.167 179.739.439 | 175.123.790 |
| 26.883.447 27.297.543 25.522.909 25.861.940 26.156.954 29.288.363 26.858.761 | 83.447 | 29.288.363 26.8 | 3 25.522.909 25.861.940 | 288.363 26.858.761 | 26.770.376 |
| 142.519.218 155.773.982 151.363.082 138.117.088 141.703.058 144.930.487 131.246.238 1 | 19.218 | 144.930.487 131.2 | 2 151.363.082 138.117.088 1 | 930.487 131.246.238 | 132.158.749 |



MERCADO AUTOMOTIVO

l 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:

Fale com nosso comercial e garanta o seu espaço nos principais canais de comunicação do setor de reposição automotiva

www.revistamercadoautomotivo.com.br





Como dizer "não" e estabelecer limites saudáveis no trabalho

comum pensar que dizer "não" é uma atitude rude, egoísta, antipática. No entanto, saber usar essa palavra em momentos específicos, não só _ é importante, como também é saudável. Ela nos ajuda a estabelecer limites fundamentais para manter o equilíbrio nas relações de trabalho, assim como na vida pessoal.

No entanto, dominar a arte de dizer 'não' é bem desafiadora, especialmente se o pedido – que nem sempre é encarado só como um pedido – vem de chefes ou superiores.

Quando abordamos essa questão, é importante lembrar que cada pessoa encara o 'não' de uma forma, ora como um desafio a mais, ora como uma falha. Cândida Semensato, presidente da International Coaching Federation (ICF Brasil), elenca dicas para evitar situações embaraçosas.

- Tenha obietivos e foco

Saber aonde quer chegar, além de tornar o caminho mais fácil, ajuda a delimitar seus esforços. Por exemplo: caso queira bater uma meta muito específica em determinado espaço de tempo, qualquer tarefa distinta pode atrapalhar a alcançar seu propósito.

- Escute com calma, fale com clareza

Se algo lhe foi pedido, certamente o interlocutor acredita na sua capacidade em executar a tarefa. Explique por que não será possível aceitar a solicitação. Normalmente é por estar fora de seu escopo de atuação. Não há mal nenhum em dizer isso, desde que feito de forma calma e respeitosa.

- Negocie

Colocar limites muitas vezes implica em adquirir essa

habilidade. Se a demanda é algo que você gostaria de realizar, acredita ser algo estratégico para o desenvolvimento de sua carreira, vale a pena negociar o prazo, escalonar ou readequar o formato da entrega.

- Proponha soluções e saiba delegar

Na impossibilidade de resolver por si só a questão, procure ajudar quem o procurou. Há alguém mais que poderia realizar essa tarefa? Essa solicitação pode ser uma boa oportunidade para refletir se o que você está fazendo poderia ser feito por outra pessoa, e entender essa dinâmica, ou seja, saber delegar, evitará possíveis desgastes.

- Avalie seus próprios motivos

Ao declinar o pedido, a ajuda ou solicitação, pense bem no que o motivou a ter essa postura. Tenha claro que você está dizendo não para essa solicitação, mas está dizendo sim para outras. Há pessoas contratadas para isso que não seja você? Seu dia já está tomado por outros compromissos? Você não tem autonomia para resolver isso sozinho? Essas são situações corriqueiras e um bom gestor entenderá o cenário, se for bem explicado.

Para Cândida, a maioria dos problemas pode ser evitada. "Uma mensagem simples, mas bem elaborada e pautada por respeito e empatia, é suficiente para que a outra parte entenda o seu momento e porquê não é possível atender determinada demanda", finaliza a executiva.

MERCADO AQUECIDO,

MOTORES AQUECIDOS!

Hora de arrancar na

Garanta sua vaga no evento que será o

ÚLTIMOS ESPAÇOS DISPONÍVEIS!

2022

17 a 20 **AGOSTO** Centro de Eventos do Ceará

reservas e venda de

espaços

comercial@autopceara.com.br 85 98891-5533 85 3206-6191

marco do setor automotivo neste ano.



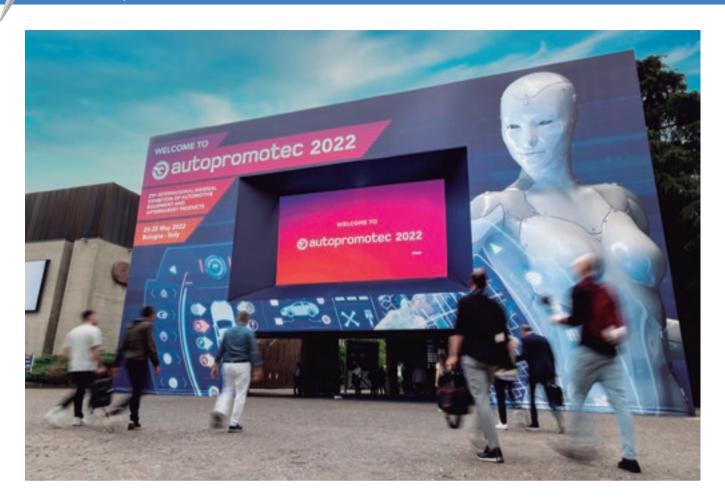
Apoio



Organização e Realização



OFICINA



29ª AUTOPROMOTEC - 2022 - Bolonha -Itália, o retorno de uma grande feira em formato presencial!

29ª Autopromotec - 2022, Feira Internacional Bienal de Equipamentos Automotivos e Produtos para o Aftermarket, que aconteceu de 25 a 28 de maio, marcou o reinício das feiras presenciais com muito sucesso, muitas novidades e muito profissionalismo.

O evento, dedicado aos equipamentos automotivos e produtos de reposição, ressurgiu grandioso, depois da pausa forçada em virtude da pandemia, e ofereceu uma perspectiva única sobre todos os segmentos do setor e sobre as tendências que caracterizarão seu futuro.

Tecnologia e inovação, novidades e desenvolvimentos e a troca de ideias mantiveram atualizados todos que compareceram ao recinto da feira.

O setor do aftermarket automotivo voltou a reunir presencialmente todos os profissionais internacionais do setor, realizando uma grande mostra internacional de produtos e serviços específicos para cada segmento do mercado, proporcionando uma importante oportunidade para que expositores e visitantes explorassem e discutissem sobre as novidades do setor.

Mais de 1.300 empresas ocuparam uma área de exposição de 141.000 m2 escolhendo a Autopromotec para mostrar seus produtos e serviços. O grande componente internacional do evento, caracterizado pela forte presença europeia, pode ser constatada no número de expositores estrangeiros, cerca de 25% do total de 42 países representados. Outro elemento que confirma a forte importância internacional do evento é o número

recorde de delegados estrangeiros: 180 de mais de 35 países, a maioria deles convidados com o apoio e coordenação do Ministério das Relações Exteriores e Cooperação Internacional italiano e da Agência ICE-ITA, cuja rede territorial possibilitou selecionar operadores de mercados mais complexos e distantes. O número de reuniões B2B agendadas com expositores italianos superou mais de 800 na estimativa final. Isso é ainda maior do que na última edição pré-pandemia. demonstrando o forte interesse das empresas em retornar aos encontros presenciais.

A Autopromotec 2022, cuja internacionalidade é ainda mais importante guando considerada em relação ao atual contexto global, ofereceu uma visão privilegiada sobre todos os segmentos do mercado de reposição automotivo e, em particular, sobre o futuro do setor.

O layout da Autopromotec, dividido em 15 pavilhões no centro de exposições de Bolonha, demonstrou novamente a abrangência da gama de produtos do evento, reunindo todos os subsetores da indústria de pós-venda. As empresas foram agrupadas por categoria de produto para permitir aos visitantes realizarem itinerários personalizados de acordo com seus interesses específicos.

Todos os setores de peças de reposição, componentes e serviços automotivos, que tiveram aumento súbito de atividade, foram exibidos nos pavilhões 14, 16, 18 e 21, sendo que o de número 14, foi adicionado em relação à edição anterior.

Equipamentos para manutenção e reparo de pneus, oficinas e elevação puderam ser encontrados nos pavilhões 19 e 29. O pavilhão 28 e parte do pavilhão 29 foram dedicados a lubrificantes e no pavilhão 30, os equipamentos de diagnóstico. O pavilhão 26 e parte do pavilhão 29 foram dedicados aos equipamentos e produtos de carroceria. As empresas do setor de pneus e aros novos e reformados puderam ser vistos no Pavilhão 20, enquanto ferramentas, compressores e equipamentos multiusos foram expostos no Pavilhão 36. Os equipamentos e produtos para estações de serviço, lava-rápido e manutenção automóvel ficaram no Pavilhão 25. E a exposição completou-se com 6 áreas de demonstração ao ar livre, onde, entre outras coisas, se encontravam equipamentos para assistência rodoviária.

A Autopromotec 2022 não ofereceu apenas uma viagem ao coração do mercado de reposição automotiva. com suas últimas inovações, mas também uma visão detalhada do futuro, analisando e comparando as tendências que caracterizarão o setor. Para cada operador, visitar a Autopromotec é uma oportunidade de se manter atualizado do ponto de vista tecnológico e profissional, através de uma visão exclusiva dos mais recentes produtos, tecnologias e serviços que foram apresentados diretamente pelos líderes de mercado e através da análise detalhada e do intercâmbio de ideias oferecidas pelos numerosos workshops e conferências que foram programados.

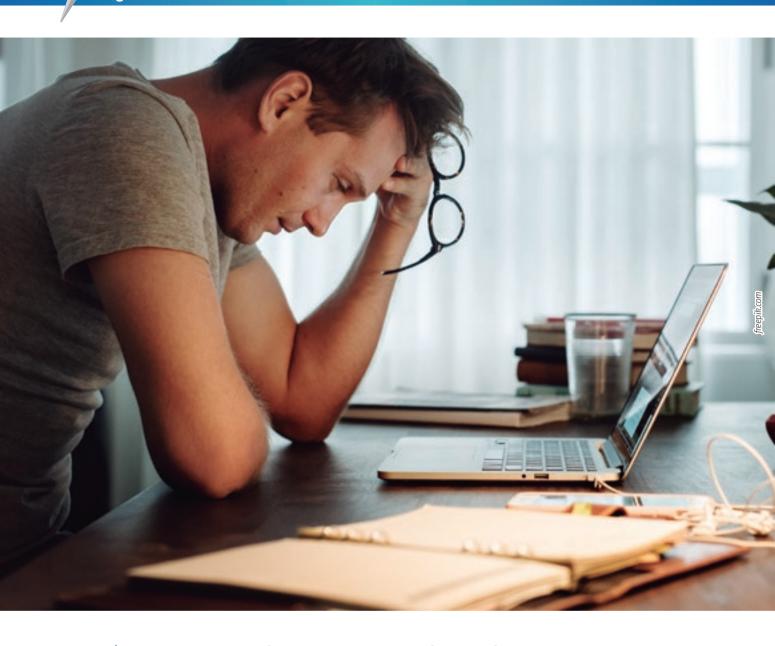
E foi sobre esses alicerces que foi criada a FUTURMOTIVE Experience - Talks - Startups, iniciativa com a qual a Autopromotec, em colaboração com a ICE Agenzia, orientou os visitantes ao longo do evento e, de forma mais geral, através das tendências disruptivas que caracterizam a cadeia de fornecimento de mobilidade, que vão da transição do setor para a sustentabilidade ecológica, à digitalização de todos os aspectos do sistema para os novos modelos econômicos que estão surgindo.

A iniciativa teve 3 formatos que acompanharam o visitante durante sua visita ao evento. No pórtico de quatro lados da entrada da feira no centro de exposições BolognaFiere, o visitante foi catapultado imediatamente para as profundezas da evolução tecnológica, graças à Futurmotive Experience.

Através de uma experiência imersiva de imagens, luzes, sons e palavras, esta espetacular instalação focou as tendências mais importantes para os negócios do futuro. Da representação à percepção tangível: Futurmotive Experience convergiu para Futurmotive Talks, o extenso programa de conferências e workshops internacionais, que sempre foi uma característica da Autopromotec.

A edição de 2022 também abordou os temas mais relevantes do setor, reunindo alguns dos maiores líderes em inovação tecnológica, com oportunidades específicas que ofereceram análises aprofundadas e troca de ideias. Entre estes, destacaram-se os 6 workshops de enfoque internacional e europeu do ciclo IAM - International Aftermarket Meetings.

Muito mais foi apresentado nesta grandiosa mostra. E para matar sua curiosidade e manter-se informado com os eventos que foram apresentados na Autopromotec recomendamos que você faça uma visita ao site www. autopromotec.com. No Facebook, LinkedIn, Twitter e IG (@ Autopromotec e #Autopromotec2022).



Está desmotivado? Veja dicas de motivação e otimismo

esmotivação é sinônimo de ausência de ânimo ou falta de estímulo para fazer alguma coisa. E muitas vezes o desinteresse fica generalizado, não havendo nem motivação para levantar da cama.

Em alguns casos o desânimo advém do estresse oriundo da pandemia, o acúmulo de contas para pagar, excesso de trabalho, afazeres domésticos, problemas familiares ou profissionais e, por incrível que pareça, pode aparecer após um pico de euforia ou extrema felicidade.

Uma pesquisa realizada pela Universidade de Harvard apontou que pessoas desmotivadas rendem apenas de 20% a 30% de sua capacidade.

Mas, a boa notícia é que este comportamento pode ser substituído por algumas ações que poderão mudar este cenário. Confira abaixo 5 dicas:

1-Dê o primeiro passo

Comece devagar, mas comece, até porque uma atitude puxa a outra. Lembra daquele dia em que você estava



Cinco décadas de história

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





ASSISTA AO VÍDEO COMEMORATIVO

CONHEÇA E SIGA NOSSOS NOVOS CANAIS

- (in) /andapassociacao
- @andapoficial
- (f) /andapassociacao



desmotivado para arrumar a cozinha e aí começou pela louça, limpou o chão, deu um trato no fogão, ajeitou a sala, caprichou nos guartos e quando se deu conta a casa já estava um 'brinco'? É verdade que ninguém sai da UTI e vai direto correr uma maratona, então é preciso um passo de cada vez. Mas o importante mesmo é começar!

O primeiro passo deve ser o de acreditar que é possível sair desse ostracismo mental. E por mais difícil que uma situação possa parecer, é motivador saber que esse desânimo provavelmente seja apenas uma fase, um pedaço do caminho, e não é o percurso todo. Essa sensação nos torna mais resilientes para aguentar firmes os períodos de turbulências. Lembre-se, mesmo que sua caminhada seja de 10 km, a partir do momento que der o primeiro passo, o caminho a ser percorrido já fica menor.

2-Aumente a disciplina

Mas como dar o primeiro passo se não há motivação. A resposta é: DISCIPLINA. Até os grandes campeões sabem que em alguns dias não estão com disposição ou motivação para treinar, mas com uma dose extra de disciplina eles acordam cedo e fazem o que precisa ser feito. Aliás, o exercício físico é um aliado gigantesco no combate a esse desânimo, e por meio dele são liberados na corrente sanguínea hormônios conhecidos como quarteto da felicidade: endorfina, dopamina, serotonina e ocitocina. Essas substâncias atuam como analgésico natural, aliviando a dor, controlando a ansiedade e reduzindo o estresse, além de regularem o apetite, o humor, o desejo sexual e o sono.

3-Marque encontros

Quem canta os males espanta! Já escutou esse verbete? Então, cante, encontre pessoas e converse com pessoas alto-astral. Você deve ter algum amigo ou conhecido que sempre ao dialogar te joga pra cima, não é mesmo? Não se isole. A desmotivação é um convite para se isolar, a dica é justamente o contrário, telefone para amigos ou familiares, saia de casa, participe de eventos, marque encontros para conversar com algumas pessoas.

Por incrível que pareça, em alguns casos, a desmotivação é percebida após um período de extrema alegria ou euforia, afinal, depois do ápice, a queda pode ser inevitável. E para evitar que a desmotivação assole seu corpo e mente após uma grande felicidade, preencha a sua agenda logo na sequência com uma série de compromissos, assim você ocupa a mente e diminui a sensação de picos comportamentais.

4-Pegue papel e caneta

Adote o hábito de anotar cotidianamente as coisas boas que aconteceram naquele dia. "Quem procura acha"! Já ouviu esse ditado alguma vez? Pois é, esse simples hábito de ficar procurando e anotando aspectos positivos em seu cotidiano aumentará sua percepção sobre os acontecimentos assertivos ao seu redor e servirá de treinamento para construir uma visão mais otimista sobre o momento atual e a própria vida.

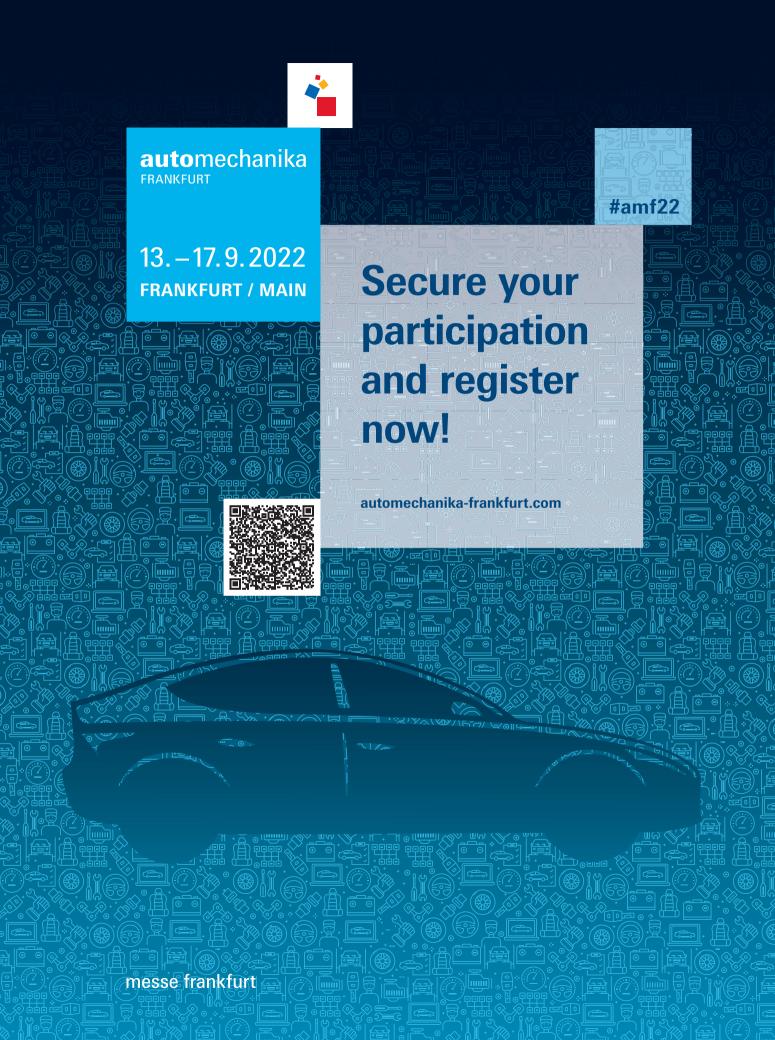
5-Cuide das palavras e dos pensamentos

Para ser feliz e motivado, muitas vezes é preciso parar de olhar para a vida do outro e valorizar as próprias conquistas da vida. Cuidado com certos posts negativos ou tóxicos inseridos nas redes sociais, observe se isso te joga pra baixo e evite. Preste atenção ainda em cada palavra que sai da sua boca, afinal, não há como plantar laranjas e esperar pela colheita de morangos. Portanto, fale coisas boas, cultive o otimismo. Repare que a voz que você mais escuta é a sua, então, transborde otimismo.

Cuide dos seus pensamentos, até porque, o que você escolhe pensar determina como escolhe viver. E é você quem escolhe os próprios pensamentos. Pensamentos geram sentimentos que por sua vez propiciam ações. Portanto, prefira pensar algo positivo e saudável para sua mente. A prática dessas atitudes costuma gerar ótimos resultados e iniciar uma retomada comportamental. Entretanto, caso os sintomas de desânimo total ainda persistam, procure ajuda médica profissional para uma melhor investigação.



Erik Penna é especialista em vendas e empreendedorismo, autor de 6 livros, palestrante de vendas e motivação e já apresentou mais de 1.000 palestras no Brasil e no exterior. É possível saber mais sobre motivação e vendas em: www.erikpenna.com.br.





Em evento de aniversário de seus 27 anos, IQA homenageia Ingo Pelikan, que passa a dar nome ao prédio da sede na Zona Sul de São Paulo

Cerimônia festiva ocorreu no edifício do Instituto, na Vila Cordeiro, capital paulista, e teve a presença de nomes importantes da Qualidade do setor automotivo

a quinta-feira (26.05), aconteceu na sede do IQA – Instituto da Qualidade Automotiva, na Vila Cordeiro, na Zona Sul de São Paulo, uma cerimônia de comemoração do aniversário do Instituto que, no dia 18 de maio, completou 27 anos. A reunião foi marcada pela homenagem ao diretor-presidente (gestão 2013/2020), Ingo Pelikan, que passa agora a dar nome ao prédio do Instituto.

"Não vou fazer agradecimentos individuais porque todo mundo tem seu pedacinho agui nesta placa, todos que ajudaram muito nesta história. E tenho certeza que o futuro do IQA será brilhante, vejo muitas coisas boas para o setor automotivo e para sociedade, que precisa de ajuda também. Muito obrigado de coração", disse Pelikan.

O evento reuniu apenas membros atuais e antigos da diretoria executiva, conselho diretor e superintendência do IQA, além de colaboradores em função da pandemia da Covid-19.

Diretor-presidente do IQA entre 2013 e 2020, Ingo Pelikan realizou diversas ações para ampliar a atuação do Instituto no mercado nacional, assim como fortalecer as parcerias com organismos internacionais. A atual sede foi inaugurada em novembro de 2019, durante sua gestão. Outro ponto significativo de sua gestão foi a criação do Laboratório IQA, no Parque Tecnológico de Sorocaba.

O ritual com os festejos teve o superintendente, Alexandre Xavier como mediador.

Em um de seus discursos, ele destacou avanços conquistados pelo Instituto nos últimos anos. "Já estamos estruturados para realizar a certificação de produtos conforme a regulamentação Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações) e a regulamentação

do exército através da sua diretoria de fiscalização de produtos controlados, ou seja, os produtos para veículos blindados", destacou.

"A certificação, os treinamentos, o nosso laboratório, tudo isso passa por um trabalho intenso de revisão de aprimoramento, que não esquece nada de incrível do que foi feito, mas que como uma base da própria qualidade, ainda pode melhorar", finalizou.

O diretor-presidente, Claudio Moyses, frisou a união do Instituto. "Gostaria de destacar o trabalho que é feito a várias mãos com conselho, diretoria executiva e o time profissional do IQA. Vemos que todos trabalham na mesma direção", iniciou Moyses.

Elias Mufarej, presidente do conselho diretor, por sua vez, valorizou o potencial da entidade. "Tenho a certeza que o IQA conquistou a confiança de todos por trabalhar com seriedade e competência. Formamos um Instituto de respeito que ao longo dos anos se colocou como uma entidade oficial da qualidade do setor automotivo", afirmou.

Criado em 1995 por entidades do setor e do governo, 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.

Representante de órgãos internacionais e acreditado pela CGCRE -Coordenação Geral de Acreditação do Inmetro (www.inmetro.gov.br) como organismo de certificação, promove 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.



27 - 30.5.2022

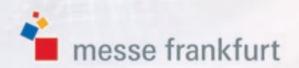
National Convention & Exhibition Center (Tianjin), China

A rejuvenated outlook

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

www.amr-china.cn









Flash

Controil faz 65 anos e comemora expansão dos negócios

A Controil, fabricante de componentes para freios hidráulicos e polímeros que faz parte da Fras-le, completa 65 anos de atuação no mercado brasileiro com perspectivas de expansão de negócios para os próximos anos. A empresa recebeu investimentos em sua planta, localizada em São Leopoldo (RS), nos últimos anos para implantação de modernos e eficientes sistemas de automação em operações que possibilitam ganhos em processos produtivos e agilidade no desenvolvimento de novos produtos, bem como garantia da qualidade e conformidade dos mesmos.

Segundo Hemerson de Souza, diretor da Controil, desde 2018 foram feitos investimentos robustos na planta de freios em equipamentos de ponta para a linha de produção, com rigorosos padrões de qualidade em todos os processos. incluindo realização de testes no CTR Innovation Lab, o mais completo centro de pesquisa, desenvolvimento e testes da América Latina, que garantem aumento da capacidade



produtiva. Dispõe de amplo portfólio de produtos para o mercado de reposição no Brasil com agilidade na entrega. Outra inovação é o catálogo eletrônico para consulta no Autoexperts, que permite que os clientes tenham a informação de aplicação do produto sempre em tempo real, com identificação, inclusive, pela placa do veículo.

Confiança do consumidor cai 3,1 pontos em maio, diz FGV

O Índice de Confiança do Consumidor (ICC), calculado pela Fundação Getulio Vargas (FGV), recuou 3,1 pontos de abril para maio deste ano. A queda veio depois da alta de 3,8 pontos de março para abril. Com isso, o indicador chegou a 75,5 pontos, em uma escala de zero a 200 pontos. Segundo a FGV, a queda do ICC foi influenciada pela piora das expectativas dos consumidores brasileiros para os próximos meses.

O Índice de Expectativas recuou 5,1 pontos e chegou a 81 pontos, principalmente devido às avaliações sobre a situação financeira das famílias nos próximos meses. Já o Índice da Situação Atual, que avalia a confiança no presente, se manteve estável em 69,1 pontos. Segundo



a pesquisadora da FGV Viviane Seda Bittencourt, os resultados dos últimos meses mostram que a inflação e a dificuldade de obter emprego continuam impactando de forma negativa as famílias.



LSIndústriaeComérdodeAutoPegasLtda



Unlief Good



BicosEjetores-Retrovisores-Gandios de Cagamba • Interruptores de Porta-Soquetes-Lanternas • l'entes de l'anternas - l'uminosos de Taxi • Reservatórios de Expansão

Fábrica I

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





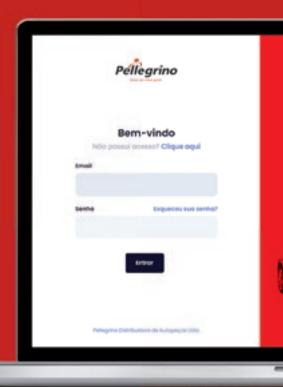


Fábrica II

7eL: 11 4449-5201 4819-9559 4819-9561 4449-4622 Fax: 11 4819-9560



Visitemossosite



#NAPELLEGRINOT



Na Pellegrino tem amplo portfólio das linhas leve, pesada, motos e acessórios, tem produtos das melhores marcas, portal de compras online, filiais em todo o Brasil, atendimento diferenciado, promoções, os melhores negócios e muito mais.

São 80 anos de história trabalhando para ser uma das principais distribuidoras do país e para ter o mais importante: clientes satisfeitos.

Conte com nossa gente.











+ 100 MARCAS. **29 FILIAIS**NOS PRINCIPAIS POLOS
COMERCIAIS DO PAÍS.

+ **54 MIL** PRODUTOS DISPONÍVEIS.



Acesse nosso portfólio com sua câmera.



Faça já seu pedido no Compre Online.



Confira a filial mais perto de você e entre em contato.

SEGURAN

é o item principal do seu trajeto





Confira códigos e aplicações completas



Os amortecedores Cofap para linha leve são desenvolvidos por quem mais entende do assunto e por isso, é líder de mercado. Assim, a Cofap é a marca preferida por aqueles que exigem segurança e conforto em qualquer terreno. Todo chão é chão para quem usa amortecedor Cofap. Pensou em amortecedor, pensou Cofap.

Maio Amarelo é o mês de valorização da vida no trânsito. Siga seu trajeto com respeito e consciência sempre.













fin cofap oficial



cofap.oficial



amcofap.com.br



Juntos salvamos vidas