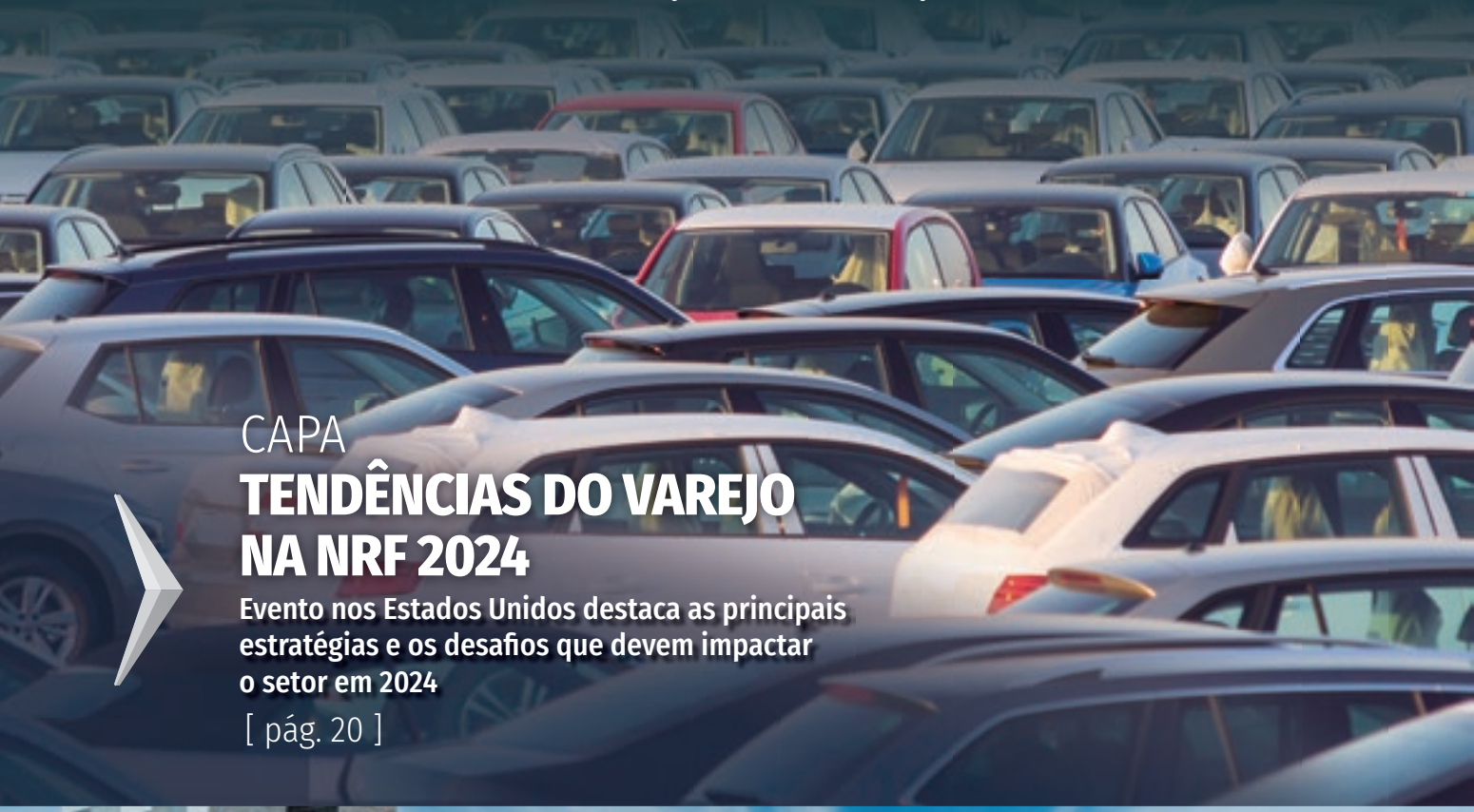
MERCADO AUTOMOTIVO

ANO 31
Nº 308
APOIO
ANDAP
ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS DISTRIBUIDORES DE AUTOPEÇAS

SEU CANAL DE COMUNICAÇÃO COM A REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA



CAPA

TENDÊNCIAS DO VAREJO NA NRF 2024

Evento nos Estados Unidos destaca as principais estratégias e os desafios que devem impactar o setor em 2024

[pág. 20]

ECONOMIA

CONGRESSO PROMULGA HISTÓRICA EMENDA CONSTITUCIONAL DA REFORMA TRIBUTÁRIA

[pág. 14]

ENTREVISTA ROBERT HILBERT, PRESIDENTE DA DIVISÃO DE REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA DA BOSCH AMÉRICA LATINA, DISCORRE SOBRE OS PRINCIPAIS DESAFIOS DE SUA NOVA GESTÃO pág. 10

VERSÃO DIGITAL

SEMINÁRIO DA
REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA
SAVE THE DATE
15 DE OUTUBRO DE 2024
FIESP SÃO PAULO
Avenida Paulista, 1313 – Bela Vista – São Paulo – SP
WWW.SEMINARIOAUTOMOTIVO.COM.BR

PATROCINADORES 2023

MASTER EXCLUSIVE

MASTER

PREMIUM

QUER SER PATROCINADOR 2024?

Entre em contato com nosso setor de vendas:

11 94231-1496 11 9 4176-5011

comercial@photon.com.br

APOIO INSTITUCIONAL

ORGANIZAÇÃO

Debate sobre as tendências do varejo

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

A Mercado Automotivo inicia o ano de 2024 com a cobertura de um dos maiores e mais importantes eventos do varejo mundial: NRF Retail's Big Show, em Nova York, nos Estados Unidos.

A matéria de capa desta edição destaca os principais temas abordados por expositores e palestrantes no evento, que recebeu mais de 40 mil pessoas de 50 países. A delegação brasileira foi a segunda maior da Feira, o que reforça a importância dos assuntos debatidos para o cenário nacional.

Após anos extremamente difíceis em razão da pandemia de Covid-19, o varejo de todo o mundo recorreu à tradicional Feira para ter acesso aos principais insights e tendências do setor para os próximos 12 meses.

O uso amplificado da inteligência artificial no varejo, a reinvenção das lojas físicas, a resiliência do setor e o oferecimento de grandes experiências aos consumidores foram alguns dos principais insights gerados pela Feira, e você confere todas essas discussões na reportagem de capa a seguir.

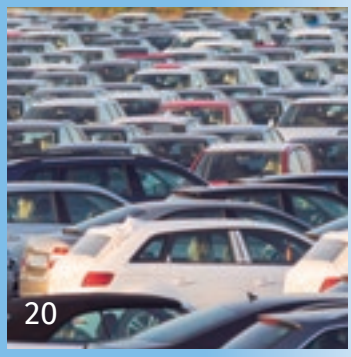
Na entrevista, contamos com Robert Hilbert, que assumiu como presidente da divisão de Reposição Automotiva da Bosch América Latina em julho de 2023. Entre diversos outros pontos, o executivo ressalta a grande transformação pela qual está passando o setor da mobilidade nesse momento.

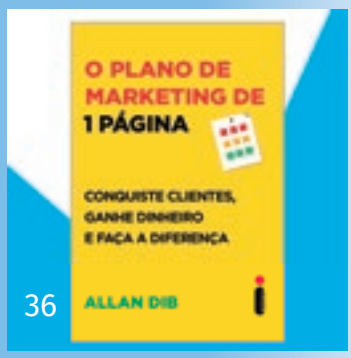
Boa leitura!

Até breve!

G&B
Solução em Autopeças
ELEVANDO O VAREJO DE
AUTOPEÇAS
A OUTRO PATAMAR
empresa AMIGA do VAREJO
sincopeças SP
A G&B é reconhecida pelo Sincopeças por sua dedicação em respeitar a cadeia de reposição automotiva e valorizar o comércio varejista.
IQA
MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças
REGIONAL
SEBRAE
LOJA LEGAL
ATM
PEÇA MENTOR

ÍNDICE





10 ENTREVISTA
Presidente da divisão de Reposição Automotiva da Bosch América Latina, Robert Hilbert avalia as oportunidades para a marca na região

14 ECONOMIA
Reforma tributária é promulgada no Congresso; confira principais mudanças

18 IQA - INSTITUTO DA QUALIDADE AUTOMOTIVA
Instituto do setor automotivo lança cartilha sobre qualidade e segurança em veículos eletrificados

20 MATÉRIA DE CAPA
NRF 2024 traz destaques e insights para o varejo global

24 ARTIGO
Cidadão que usa celular no trânsito pode cometer três tipos de infração

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

30 ARTIGO
O valor estratégico do controle de estoque

36 CULTURA
Em livro, especialista destaca estratégias que devem ser observadas para o sucesso de pequenos negócios

38 ARTIGO
Como encantar clientes: Manual de Encantamento de Clientes Internos

40 EVENTOS - COBERTURA SHANGHAI

43 EVENTOS - AUTOP

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

46 FLASH

ORI
• Maçanetas Internas e Externas
• Fechaduras Capô / Porta Malas
• Quebra Vento
• Cilindros
• Batentes de Porta
• E muito mais
Ori Indústria de Auto Peças
Rua Rev. Izac Silvério, 365 - Ermelino Matarazzo | CEP 03810-030 - São Paulo - SP - Brasil
Tel: 55 11 2542 - 5110 - oriindustria@uol.com.br - vendas2@ori.com.br
Conheça nossos produtos:
www.ori.com.br
28
Anos

MERCADO AUTOMOTIVO

DIRETORIA
Marilda Costa Salles Ávila
marilda@photon.com.br
Jarbas Salles Ávila Filho
avila@photon.com.br

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Jarbas Salles Ávila Filho (MTB 35.378)

REDAÇÃO
redacao@photon.com.br
Jarbas Salles Ávila Filho, diretor;
Majô Gonçalves e Thassio Borges, colaboradores;
Mariangela Paganini, revisora.

DEPARTAMENTO DE NEGÓCIOS
Marilda Costa Salles Ávila
marilda@photon.com.br

Comercial
Fernanda Soares
fernanda@photon.com.br

Financeiro
financeiro@photon.com.br

Fotografia
Arquivo Photon, Divulgação

FALE COM A MERCADO AUTOMOTIVO

PELA INTERNET
www.revistamercadoautomotivo.com.br
www.photon.com.br

POR E-MAIL
comercial@photon.com.br

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

NO FACEBOOK
www.facebook.com/
revistamercadoautomotivo

Apoio ANDAP

PRESIDENTE
Rodrigo Francisco Araujo Carneiro

VICE-PRESIDENTES
Alcides José Acerbi Neto
Armando Diniz Filho

SECRETÁRIOS
Joaquim Alberto da Silva Leal, Mateus Garros de Barros

TESOUREIROS
Antonio Carlos de Paula, Guido Maria Luporini

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

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

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

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

DIRETORIA REGIONAL 2018-2022

DIRETOR EXECUTIVO
Fernando Vasconi

SUDESTE
Cláudio Gilberto Marques

GOIÁS/DISTRITO FEDERAL
Neomar Guimarães

MINAS GERAIS
Rogério Ferreira Gomide

NORDESTE
Carlos Eduardo M. de Almeida

NORTE
Felipe Caldeira Carneiro Martins

SANTA CATARINA
Jacqueline Scherer Caporrino

FALE COM A ANDAP

PELA INTERNET
www.andap.org.br

POR E-MAIL
sicap@andap.org.br

POR TELEFONE
55 (11) 3266-7700

GRUPO PHOTON
As matérias assinadas são de responsabilidade dos autores.

Reproduções de artigos e matérias estão autorizadas, desde que citada a fonte.

Revista MERCADO AUTOMOTIVO é uma publicação bimestral do Grupo Photon. Circulação janeiro e fevereiro de 2024.

SEMINÁRIO DA REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA

automechanika
BUENOS AIRES

10 – 13.4.2024
La Rural Prédio Ferial

Participe da principal exposição de serviços para a indústria automotiva na América do Sul.

Acredite online!

www.automechanika.com.ar

Nos siga nas redes!

#AutomechanikaBA

messe frankfurt

Evento exclusivo para profissionais e empresários do setor.
Para se credenciar é necessário apresentar sua carteira de identidade.

Nova gestão na Bosch América Latina

Na primeira edição de 2024, a Mercado Automotivo conversa com o executivo Robert Hilbert, que assumiu como presidente da divisão de Reposição Automotiva da Bosch América Latina em julho do ano anterior. Confira a seguir:

Mercado Automotivo – O senhor assumiu recentemente a divisão de reposição automotiva da Bosch para a América Latina. Quais os principais desafios para a função neste momento?

Robert Hilbert – A reposição automotiva é uma parte importante do setor da mobilidade, que está passando por uma grande transformação, talvez a mais profunda na história da mobilidade moderna. E isto está sendo impulsionado por vários fatores diferentes, e entre os mais importantes estão a proteção do meio ambiente, a redução de emissões e da poluição por meio da descarbonização da mobilidade, o que tem impacto na tecnologia do powertrain. Um outro fator importante é a transformação digital que facilita o que chamamos de veículos conectados e veículos autônomos, com o software se tornando o elemento cada vez mais importante na produção de um veículo, o famoso "celular com rodas".

Todas essas mudanças tecnológicas, inclusive a digitalização, têm e terão impactos no mercado de reposição, aumentando ainda mais a complexidade para o setor automotivo, que já estava alta por causa da evolução dos veículos convencionais. Os principais desafios que vejo para a função é de continuar a manter a nossa organização constantemente preparada, atualizada e capacitada para poder lidar com esta complexidade enorme. Ter foco no mercado, nos clientes e usuários, a fim de poder responder de forma rápida às demandas mercadológicas, manter-se como um pilar forte e confiável a longo prazo e trazer inovações e soluções para os nossos parceiros no mercado de reposição.

MA – Gostaria que falasse também sobre o legado deixado por Delfim Calixto, seu antecessor, para a divisão da Bosch na região. Nesse processo de transição de lideranças, quais pontos o senhor tem "aproveitado" da gestão anterior?

RH – É uma satisfação e uma honra poder assumir a gestão da divisão de Reposição Automotiva da Bosch América Latina após uma liderança de grandes conquistas e bem-consolidada como foi a de Delfim Calixto. Sua expertise e experiência de tantos anos à

frente da divisão com certeza estão contribuindo e ainda vão nos ajudar nos próximos desafios. O projeto de expansão regional na América Latina, que começou em sua gestão e estamos dando andamento, certamente é um dos que podemos citar como exemplo de excelência que será executado com a competência de um time bem gerido por muitos anos. Seguiremos trabalhando para dar continuidade aos resultados positivos, mantendo a atratividade da marca e do portfólio, além de trabalhar e inovar constantemente com os nossos programas de geração de demanda.

MA – Qual é a importância da América Latina para a divisão de reposição automotiva da Bosch? É possível aumentar essa fatia de negócios?

RH – A América Latina é uma região estratégica para o Grupo Bosch e que apresenta muito potencial, tanto que temos um plano sólido de crescimento com visão até 2030, em linha com as expectativas do nosso board mundial para aumentar a representatividade da América Latina nos negócios mundiais. Reflexo disto é a nossa presença regional há muitos anos e cada vez mais forte nos vários países do continente. Temos uma marca reconhecida no continente inteiro e um mercado muito maduro no Brasil e na Argentina. Aliás, celebramos 100 anos de presença no mercado argentino neste ano. Mas também exploramos o potencial existente nos demais países, seguindo uma estratégia muito clara de crescimento sustentável, focado na expansão do mercado de reposição automotivo. Nos últimos anos expandimos a presença por meio da incorporação dos negócios Aftermarket nos escritórios regionais da Bosch no Panamá para a região da América Central e Caribe, na Colômbia e mais recentemente no Chile e no Peru, reforçando a presença da marca em diferentes países e proporcionando muitas possibilidades de negócios. Nos demais países continuamos com a cooperação de muitos anos com distribuidores locais. E, apesar dos momentos de crise, como a pandemia, e dos cenários econômicos e políticos, acreditamos no mercado da América Latina.

Temos muitos pontos fortes, como a nossa capacidade de inovação, que faz parte do DNA da Bosch, visão de longo prazo, estratégia global definida, os próprios Valores Bosch, além de atuação em diferentes setores. Entendemos que a digitalização, a conectividade, a big data e a sustentabilidade são a base futura dos novos modelos de negócios e nossas soluções e serviços seguem essa tendência e atendem às necessidades do mercado local, gerando oportunidades de crescimento para a Bosch em toda a região. Assim, o potencial para o desenvolvimento e expansão dos negócios da Bosch, não apenas no Brasil, é amplo.

MA – Ainda nesse sentido, qual é o peso do mercado brasileiro para essa divisão da empresa? As expectativas são positivas para os próximos 5 anos?

RH – O Brasil sendo a maior economia da nossa região tem um peso importante para a divisão da Reposição, que por sua vez faz parte do segmento de Soluções de Mobilidade. Como disse, o setor da mobilidade está em transformação e constante evolução e o mercado de reposição acompanha essas tendências que transformam toda a cadeia. Os próximos anos serão de mudanças e, sobretudo, de consolidação de temas já conhecidos hoje, como: eletrificação e automação, conectividade, digitalização, mudança do perfil de proprietário para usuário de mobilidade e seus impactos, mas, ainda assim, oferecendo boas oportunidades de crescimento.

Da nossa parte, direcionamos nossos esforços no investimento em todos os níveis da cadeia, com o fortalecimento das nossas relações de negócios com a distribuição, reforçando parcerias com os varejos, além de desenvolvimento e qualificação de nossa rede de serviços por meio de atualização tecnológica contínua, bem como em sistemas de gestão e dados, treinamentos, sistema de diagnóstico e equipamento de testes. Tudo isso para continuar sendo a principal opção de parceria para a rede de reparadores no Brasil.

MA – Qual seria, em sua avaliação, o gargalo mais urgente a desafogar para o setor do Aftermarket no Brasil?

RH – Neste contexto, gostaria de mencionar que vejo uma importante área de melhoria no Brasil na padronização de dados e informações dos produtos disponíveis na reposição. Entendemos que, hoje, todos os elos da cadeia de distribuição têm uma significativa perda de eficiência ao comprar e vender peças na reposição devido à quantidade de itens, montadoras,

modelos disponíveis e sabemos da importância em mitigar ou até mesmo sanar essa questão por meio da digitalização do setor.

Em segundo, lamento a suspensão da inspeção veicular no país. Um procedimento essencial para aumentar a segurança dos usuários das estradas brasileiras, reduzindo o risco de acidentes que são causados por veículos em mau estado de conservação e a diminuição de consequências ambientais, pois a inspeção também analisa os níveis de poluentes e ruídos emitidos pelos veículos.

O terceiro é ligado ao avanço tecnológico: várias tecnologias diferentes aumentam muito a complexidade para o mercado automotivo em todos os elos – desde o mecânico que precisa saber fazer o diagnóstico correto do veículo para poder oferecer serviço, manutenção e reparo – até o desafio para o distribuidor e o varejo em oferecer um portfólio completo e adequado para a frota veicular circulante muito diversificada.

Ademais, preciso mencionar a falta de mão de obra qualificada para o setor automotivo que estamos vendo em várias partes do mundo, não somente no Brasil, como um outro fator que vai impactar fortemente na cadeia de distribuição por aqui.

Neste cenário complexo da reparação automotiva, entendemos que o conhecimento e acesso à informação técnica de confiança e de qualidade são algumas das principais ferramentas para o desenvolvimento de uma empresa ou de um profissional, principalmente quando falamos do segmento automotivo. Em 2023 a Bosch treinou mais 4.500 profissionais da reparação automotiva na América Latina nos diferentes formatos e temáticas. Nossos programas de cursos técnicos e de gestão de oficinas são disponibilizados nas versões online, presencial em nosso Centro de Treinamento Automotivo (CTA) em Campinas ou presencial em várias regiões do Brasil com o programa do "EVO Automotiva".

MA – O senhor já tem experiência no mercado brasileiro. Em sua opinião, quais seriam as principais particularidades da reposição nacional frente a países europeus, por exemplo?

RH – Esta é uma pergunta interessante. Encontrei aqui uma diversidade de modelos de negócios e formas de distribuição muito grande! Um fato surpreendente para quem vem da Europa, por exemplo, porque de fora o Brasil está sendo visto como um país certamente grande, mas falando o mesmo idioma e com uma expectativa de encontrar um mercado de reposição automotiva bastante homogêneo. Mas o Brasil é bem mais complexo e diferenciado por vários fatores.

Vejo que no Brasil predomina uma distribuição "clássica" de 3 níveis, com distribuidor, varejo e oficinas. Admito ter ficado impressionado com a importância do canal varejo em grande parte do Brasil e na América Latina. Por um lado, isso é uma cadeia mais longa, que agrega custos. Na Europa e nos Estados Unidos essa cadeia é mais curta, com uma participação de mercado menor do canal varejo, com mais presença das vendas online, mas também com uma consolidação maior no segmento dos distribuidores.

O Brasil tem características muito especiais, diferenças regionais, considerando a dimensão territorial, a complexidade tributária, a logística, o que justifica algumas das soluções que encontramos aqui.

Não acredito que o futuro será de um ou de outro, mas sim que o mercado se ajustará encontrando a melhor eficiência. Além disso, cada região pode seguir com diferentes soluções. O mercado de reposição automotiva em si é muito resiliente e capaz de se adaptar!

Para a Bosch, um ponto relevante para se manter competitiva e aproveitar as oportunidades é a agregação de serviços com excelência e agilidade logística para atender um mercado cada vez mais exigente, pois preço e qualidade não são os únicos diferenciais. Também investimos cada vez mais no fortalecimento da rede de serviços Bosch Service e parcerias com as oficinas independentes para continuar crescendo. Portanto, temos em nosso radar os desafios da realidade momentânea da economia, mas estamos sempre focados no enorme potencial que temos.

MA – Qual é o impacto dos veículos elétricos para a reposição automotiva do Brasil atualmente?

RH – A Bosch está impulsionando a eletrificação das suas tecnologias e soluções para a utilização sustentável da energia a nível global. Melhorar a qualidade do ar, proteger o meio ambiente e combater a mudança climática não são objetivos distantes e abstratos para a Bosch, mas algo em que nossos engenheiros trabalham arduamente todos os dias. Queremos tornar o tráfego urbano e rodoviário livre de acidentes, de estresse, mas especialmente livre de emissões, e os nossos desenvolvimentos, independentemente do tipo de propulsão – combustível fóssil, renovável, híbrido, elétrico ou a hidrogênio com célula de combustível ou motor de combustão interna – buscam exatamente isso.

A eletrificação da mobilidade traz uma contribuição importante para a descarbonização, mas ela vem com vários desafios, como o custo elevado da bateria, a autonomia dos veículos e, sobretudo, a infraestrutura de carga e a alta demanda por energia elétrica. E ela não ajuda a descarbonizar os aproximadamente 1.4bn de veículos com motores a combustão circulantes no mundo atualmente.

No Brasil, a frota de carros elétricos ainda é pequena e deve ultrapassar 1 milhão de unidades apenas após 2030, de acordo com a previsão da Empresa de Pesquisa Energética (EPE). E devido à predominância da tecnologia Flex no país, considero a combinação das duas tecnologias numa tecnologia híbrida flex como muito promissora nos próximos anos já que promove a redução das emissões, combinando a baixa emissão de CO_2 do etanol com a alta eficiência energética do motor elétrico. Outros países da América Latina lamentavelmente não têm a tecnologia Flex, então, em alguns países o avanço dos carros elétricos leves e de transporte público urbano será mais acentuado. Mas aqui também, vejo os veículos híbridos como um segmento mais relevante nos próximos anos.

Na parte de distribuição de peças, a eletrificação ainda apresenta baixo impacto no Brasil e não vai diminuir significativamente a venda de peças de motores a combustão, nem outras peças no curto e médio prazos, mas é imprescindível que o profissional esteja preparado e saiba como realizar os serviços de manutenção e reparação de forma assertiva e com qualidade, considerando toda a diversidade da frota circulante no Brasil e nos outros países da região, pois existem diferenças para efetuar a troca de uma pastilha de freio em um veículo convencional em relação ao veículo híbrido, por exemplo. Ainda vale ressaltar que, quando falamos de veículos elétricos, a segurança dos profissionais das oficinas é fundamental, por conta do sistema de alta tensão. Assim, a capacitação técnica, o uso adequado de ferramentas e adequações do espaço de trabalho são importantes. O Centro de Treinamento Automotivo da Bosch já conta com um programa completo de capacitação para atuação com veículos elétricos e híbridos.

MA – Por fim, gostaria que deixasse uma mensagem a todos os colaboradores e parceiros da divisão de reposição automotiva da Bosch na América Latina.

RH – Todos nós que atuamos no setor da reposição automotiva estamos vivendo a transformação da mobilidade e as mudanças que isto está proporcionando ao nosso setor, como os desenvolvimentos tecnológicos e o surgimento de novos cenários competitivos. Neste contexto, devemos aproveitar as oportunidades criadas pela revolução do mercado de mobilidade. E a palavra "mobilidade" não se refere apenas a "transporte" como muitos podem pensar num primeiro instante. Vi uma definição da mobilidade recentemente que dizia: "A mobilidade é a capacidade do ser humano acessar tudo aquilo que garante sua qualidade de vida: saúde, educação, lazer, cultura e outros". Isto combina muito bem com o propósito da Bosch, porque o nosso objetivo é gerar entusiasmo em quantas pessoas for possível e, ao mesmo tempo, tornar suas vidas mais simples, com produtos, serviços e "tecnologia para a vida".

Agradeço e parabenizo todos os colaboradores da Bosch Mobility Aftermarket da América Latina pela coragem e persistência em moldarem essa transformação com muito sucesso e por aproveitar esta oportunidade incrível para deixarmos a nossa marca na mobilidade do futuro.

Congresso promulga emenda constitucional da reforma tributária

Promulgação foi considerada histórica, em razão das décadas de discussão até que fosse finalmente aprovada

O Congresso Nacional promulgou no apagar das luzes de 2023 a Emenda Constitucional nº 132/2023, que institui a reforma tributária, já aprovada pela Câmara dos Deputados. A proposta já havia sido aprovada pelo Senado em novembro. O texto é proveniente da PEC 45/2019.

A cerimônia contou com a presença dos presidentes da República Luiz Inácio Lula da Silva; do Congresso Nacional, Rodrigo Pacheco; da Câmara dos Deputados, Arthur Lira, e do Supremo Tribunal Federal (STF), Luís Roberto Barroso.

"O dia de hoje será lembrado não apenas como um marco histórico, mas também como um ponto de virada, um divisor de águas. É aqui que mudamos a trajetória do Brasil. Esse dia representa o início de um novo país rumo ao progresso. É uma conquista do Congresso Nacional, do povo brasileiro", disse Pacheco (PSD-MG).

Após 30 anos de discussão, a reforma tributária simplificará a tributação sobre o consumo e provocará mudança na vida dos brasileiros na hora de comprar produtos e serviços.

Cesta básica, remédios, combustíveis, serviços de internet em streaming sofrerão mudanças. Com uma longa lista de exceções e de alíquotas especiais, o novo sistema tributário terá impactos variados conforme o setor da economia. Paralelamente, pela primeira vez na história, haverá medidas que garantam a progressividade na

tributação de alguns tipos de patrimônio, como veículos, e na transmissão de heranças.

Ao longo de 2024, o Congresso terá de votar leis complementares para regulamentar a reforma tributária. Também neste ano, o governo poderá dar início à reforma do Imposto de Renda, com mudanças como a taxação de dividendos (parcela de lucros das empresas distribuídos aos acionistas). Nesse caso, porém, as mudanças ocorrerão por meio de projeto de lei, com quórum menor de votação.

Entenda a reforma tributária promulgada

A emenda constitucional da reforma tributária simplificará e unificará os tributos sobre o consumo, mas as mudanças ocorrerão aos poucos. A nova tributação das mercadorias e dos serviços começará a entrar em vigor em 2026 e só terminará em 2033. A transição para a cobrança do imposto no destino (local de consumo) se iniciará em 2029, levará 50 anos e só será concluída em 2078.

A principal mudança será a extinção de quatro tributos, que serão fundidos no Imposto sobre Valor Agregado (IVA). Esse tributo seguirá o modelo dual, em que parte da administração ficará com a União e outra parte com os estados e municípios.

Os tributos federais a serem extintos são o Programa de Integração Social (PIS) e a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins). Eles serão substituídos pela Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS), a ser arrecadada pela União. Inicialmente, o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) seria incorporado à CBS, mas foi mantido e incidirá apenas sobre mercadorias concorrentes às produzidas na Zona Franca de Manaus.

Outros dois impostos a serem extintos são locais: o Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), administrado pelos estados; e o Imposto sobre Serviços (ISS), arrecadado pelos municípios. Eles serão substituídos pelo Imposto sobre Bens e Serviços (IBS).

Em troca de mudanças que trarão o fim da guerra fiscal entre os estados, o governo criará um Fundo de Desenvolvimento Regional para financiar projetos de desenvolvimento em estados mais pobres. Inicialmente orçado em R$ 60 bilhões por ano a partir de 2043, o fundo foi um dos principais pontos de embates durante as discussões.

Diversos governadores pediram a ampliação do valor para R$ 75 bilhões anuais, mas a Câmara inicialmente fixou o montante em R$ 40 bilhões. Posteriormente, o Senado elevou o valor para R$ 60 bilhões por ano. Haverá ainda um novo fundo, também abastecido com recursos da União, para a Zona Franca de Manaus.

A proposta prevê alíquotas reduzidas para alguns setores da economia e abre margem para a criação de um sistema de cashback (devolução de parte do tributo pago), que será regulamentada por lei complementar. O texto também prevê mudanças na tributação sobre patrimônio, com cobrança de imposto sobre meios de transporte de luxo e heranças.

Confira as principais mudanças previstas:

• Criação do Imposto sobre Valor Agregado (IVA) dual, composto por dois tributos:

1 – Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS): unificará o

Programa de Integração Social (PIS) e a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins);

2 – Imposto Sobre Bens e Serviços (IBS): unificará o Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e o Imposto sobre Serviços (ISS);

· O Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) inicialmente seria extinto, mas continuará a existir, incidindo sobre produtos concorrentes dos produzidos na Zona Franca de Manaus;

· No modelo dual, a União define a alíquota da CBS e os estados e municípios, do IBS. Em relação aos tributos locais, a diferença será que os governos estaduais e as prefeituras terão de concordar com uma alíquota única, em vez de cada ente público reduzir tributos para estimular a guerra fiscal;

· Não cumulatividade plena: a CBS e o IBS não incidirão em cascata em nenhuma fase da cadeia produtiva. Hoje, o modelo brasileiro é de cumulatividade parcial. Alguns setores da economia continuam pagando em cascata. Outros pagam por valor adicionado em cada etapa da cadeia (pagam sobre o valor acrescentado sobre o preço anterior), mas contam com isenções ao longo das etapas que resultam em maior tributação ao fim da cadeia;

· Cobrança no destino: mercadoria e serviço serão tributados no local do consumo, em vez da origem, como ocorre atualmente. Mudança acaba com guerra fiscal;

· Desoneração de exportações e investimentos.

Imposto Seletivo

· Cobrança sobre produtos que gerem danos à saúde ou ao meio ambiente;

· Alíquotas definidas por lei;

· 60% da receita vai para estados e municípios;

· Princípio da anualidade: cobrança só poderá começar no ano seguinte à sanção da lei;

· Imposto regulatório: não tem objetivo de arrecadar, mas regular mercado e punir condutas prejudiciais;

· Produtos: bebidas alcoólicas e cigarros; possibilidade de cobrança sobre combustíveis, agrotóxicos, defensivos agrícolas e alimentos processados e ricos em açúcar; alíquota de 1% sobre extração de recursos naturais não renováveis, como minério e petróleo.

Transição

· 2026: início da cobrança da CBS e do IBS, com alíquota de teste de 0,9% para a CBS e 0,1% para o IBS;

· 2027: extinção do PIS/Cofins e elevação da CBS para alíquota de referência (a ser definida posteriormente pelo Ministério da Fazenda);

· 2027: redução a zero da alíquota de IPI, exceto para itens produzidos na Zona Franca de Manaus;

· 2029 a 2032: extinção gradual do ICMS e do ISS;

· 2033: vigência integral do novo sistema e extinção dos tributos e da legislação antigos;

· 2029 a 2078: mudança gradual em 50 anos da cobrança na origem (local de produção) para o destino (local de consumo).

Alíquotas

· Alíquota única padrão: estimada em 27,5%, mas poderá ser menor caso o governo reduza a sonegação, valerá como regra geral;

· Alíquota reduzida para 40% da alíquota-padrão para determinados grupos, com cadeia produtiva curta e que seriam prejudicados pelo IVA não cumulativo;

· Profissionais liberais com atividades regulamentadas pagarão 70% da alíquota-padrão do IVA;

· Alíquota zero destinada para, entre outros casos, compra de automóveis por taxistas e pessoas com deficiência e autismo.

Regimes tributários favorecidos

· Zona Franca de Manaus;

· Simples Nacional, regime especial para micro e pequenas empresas.

Regimes tributários específicos

· Combustíveis e lubrificantes: cobrança monofásica (em uma única etapa da cadeia), alíquotas uniformes e possibilidade de concessão de crédito para contribuinte;

· Serviços financeiros, seguros, operações com bens imóveis, cooperativas, planos de assistência à saúde e apostas: alíquotas específicas, tratamento diferenciado nas regras de creditamento (aproveitamento de créditos tributários) e na base de cálculo; e tributação com base na receita ou no faturamento (em vez do valor adicionado na cadeia);

· Serviços de hotelaria, parques de diversão e parques temáticos, restaurantes, agências de viagem, missões diplomáticas;

· Serviços de transporte coletivo de passageiros rodoviário, ferroviário e hidroviário, de caráter urbano, semiurbano, metropolitano, intermunicipal e interestadual;

· Sociedades Anônimas de Futebol, que terão recolhimento unificado.

Montadoras de veículos

· Prorrogação até 2032 de benefícios para fabricação de baterias e de veículos por montadoras instaladas no Norte, Nordeste e Centro-Oeste;

· Estados do Sul e do Sudeste discordavam da prorrogação, mas a Câmara manteve incentivos reincluído pelo Senado na reforma tributária.

Revisão periódica

· A cada cinco anos, exceções serão revisadas, com custo-benefício avaliado;

— setores beneficiados deverão seguir metas de desempenho econômicas, sociais e ambientais;

— dependendo da revisão, lei determinará regime de transição para a alíquota-padrão.

Trava para carga tributária

· Teto para manter constante a carga tributária sobre o consumo;

· Atualmente, esse teto corresponderia a 12,5% do PIB;

· A cada 5 anos, seria aplicada uma fórmula que considera a média da receita dos tributos sobre consumo e serviços entre 2012 e 2021;

· Fórmula será calculada com base na relação entre a receita média e o Produto Interno Bruto (PIB, bens e serviços produzidos no país);

· Caso o limite seja superado, a alíquota de referência terá de cair;

· Redução seria calculada pelo Tribunal de Contas da União, baseado em dados dos entes federativos e do futuro Comitê Gestor do IBS.

Cashback

· Ideia inicial era incluir na PEC mecanismo de devolução a famílias de baixa renda, semelhante ao existente em alguns estados, mas sistema será definido em lei complementar;

· Retirada de dispositivo que diz que cashback buscaria redução da desigualdade de raça e gênero. Foi mantido apenas objetivo de reduzir desigualdades de renda;

· Devolução obrigatória de parte dos tributos da conta de luz e do botijão de gás para famílias de baixa renda;

· Ressarcimento ocorreria no momento da cobrança, entrando como desconto na conta de luz;

· Detalhes a serem regulamentados por lei complementar.

Desoneração da folha

· Caso uma eventual criação de mais empregos, com a desoneração da folha a alguns setores da economia, resulte em maior arrecadação, esse aumento deve ser usado para reduzir a tributação do consumo de bens e serviços;

· Nessa hipótese, demais setores não incluídos na desoneração poderão também ser beneficiados.

IPVA

· Inclusão de cobrança de Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores (IPVA) para veículos aquáticos e aéreos, como jatos, helicópteros, iates e jet skis;

· Possibilidade de o imposto ser progressivo conforme o impacto ambiental do veículo. Quem polui mais, paga mais;

· Possibilidade de que carros elétricos paguem alíquotas menores;

· Lista de exceções para IPVA, incluída durante negociações: aeronaves agrícolas e de operador certificado para prestar serviços aéreos a terceiros; embarcações de pessoa jurídica com outorga de serviços de transporte aquaviário; embarcações de pessoa física ou jurídica que pratique pesca industrial, artesanal, científica ou de subsistência; plataformas que se locomovam na água sem reboques (como navio-sonda ou navio-plataforma); tratores e máquinas agrícolas.

Herança e doação

· Progressividade do Imposto de Transmissão Causa Mortis e Doação (ITCMD);

· Alíquota subirá conforme o valor da transmissão; transferência a competência do imposto sobre bens móveis, títulos e créditos ao Estado onde tiver domicílio;

· Cobrança sobre heranças no exterior;

· Isenção de ITCMD sobre transmissões para entidades sem fins lucrativos com finalidade de relevância pública e social, inclusive as organizações assistenciais e beneficentes de entidades religiosas e institutos científicos e tecnológicos.

*Com informações da Agência Brasil.

O Brasil e a revolução na infraestrutura da Qualidade Automotiva

O IQA - Instituto da Qualidade Automotiva - acaba de lançar uma cartilha inovadora que aborda os procedimentos de segurança e qualidade relacionados aos veículos elétricos e híbridos. Este material, já disponível gratuitamente, tem com o objetivo de auxiliar os profissionais da área a reduzir riscos, promover práticas seguras e atender práticas da qualidade operacional em vendas e pós-vendas de veículos eletrificados no Brasil.

Alexandre Xavier, superintendente do IQA, ressalta que a elaboração dessa cartilha contou com o apoio institucional da Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave). "O processo incluiu um levantamento detalhado realizado junto a diversas concessionárias e postos de serviço, identificando pontos importantes e críticos que não estavam sendo adequadamente observados por empresas e profissionais", explica.

Entre eles, destacam-se aspectos essenciais que devem ser verificados ao receber este tipo de veículo, como a bateria e o sistema elétrico; instalações adequadas dos boxes de trabalho; uso de equipamentos de incêndio adequados; utilização de ferramentas e equipamentos adequados para manuseios; espaço específico e estratégico para os serviços que facilite a fuga em caso de emergência; pátios de quarentena para o veículo que está aguardando para entrar em manutenção, entre outros pontos importantes.

Além disso, uma pesquisa abrangente foi realizada em colaboração com empresas, parceiros e entidades nacionais e internacionais, assegurando a credibilidade das informações apresentadas. Segundo Xavier, é de suma importância a capacitação e orientação dos profissionais envolvidos no setor de manutenção de veículos eletrificados, ressaltando que, ao lidar com um novo sistema de propulsão com alta tensão, o risco de acidentes graves não pode ser ignorado.

De acordo com o gerente de serviços automotivos do IQA, Sérgio Fabiano, a cartilha visa apoiar a cadeia automotiva, especialmente no pós-vendas, em relação a dúvidas naturais sobre a nova e crescente tecnologia de eletrificados. "Atualmente, parte da indústria já está concentrada no desenvolvimento e comercialização de veículos elétricos e híbridos, e recebemos atualmente no IQA muitas demandas imediatas sobre necessidades do pós-vendas, especialmente no que diz respeito à qualidade e segurança operacional", afirma o gerente.

Conteúdo

A cartilha está dividida em oito capítulos e utilizou como base referências nacionais e mundiais de normas e regulamentos vigentes e mais atualizados. Os principais tópicos do guia incluem uma visão geral da transição energética, detalhes técnicos sobre motores elétricos e híbridos, medidas preventivas durante operações e deslocamentos, diretrizes para capacitação profissional, atualizações legais e normativas, literatura técnica, dicas de primeiros socorros, folheto de orientação operação (check-points) para afixar na área de trabalho, entre outros. A cartilha pode ser baixada gratuitamente na loja oficial do IQA, disponível no site loja.iqa.org.br. (https://conteudodigital.iqa.org.br/?product=cartilha-vhe).

LS Indústria e Comércio de Auto Peças Ltda

Linha Leve

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

Linha Pesada/Vans

Fábrica I

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

Fábrica II

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

Visite nosso site

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

Tendências do varejo

NRF Retail's Big Show destaca as principais estratégias e os desafios que devem impactar o setor em 2024

Foi realizada, de 14 a 16 de janeiro, a NRF Retail's Big Show, em Nova York, nos Estados Unidos. Organizada há mais de 100 anos pela National Retail Federation, a Feira é considerada uma das mais importantes do mundo quando os assuntos são varejo e consumo. Neste ano, mais de 40 mil pessoas, de 50 países, compareceram ao evento. O Brasil foi a segunda maior delegação, com 4 mil participantes e 25 empresas expositoras.

Após anos extremamente difíceis gerados pela pandemia de Covid-19, o varejo de todo o mundo buscou a tradicional Feira para ter acesso aos principais insights e tendências do setor para os próximos 12 meses.

De acordo com Ana "Popy" Tozzi, CEO da AGR Consultores, o tema central da edição deste ano foi pautado em "Make it Matter", expressão americana que pode ser traduzida como "fazer acontecer". Ainda segundo a especialista, que compareceu ao evento, o termo pode ser entendido como "incentivar pessoas a garantir que suas ações, decisões e esforços tenham impacto significativo na empresa, na sociedade e até na humanidade".

As avaliações dos principais especialistas e consultores do setor são bastante próximas no que diz respeito aos maiores insights gerados pelo evento. Essencialmente, apontam como tendências a explosão na utilização de inteligência

freepik.com

artificial; um varejo pautado pelo conceito de "fun and vibe"; a reinvenção das lojas físicas; o oferecimento de grandes experiências aos consumidores, e a resiliência do setor frente a mudanças políticas e socioeconômicas enfrentadas ao redor do mundo.

Inteligência artificial e hiperpersonalização

A popularização da inteligência artificial dominou também as palestras e os debates da NRF 2024. Um dos principais pontos, no entanto, é que os players do varejo não devem simplesmente adotar o uso de inteligência artificial sem um foco definido e um propósito pré-estabelecido. É necessário que seu uso realmente agregue valor ao negócio.

A Feira mostrou que a popularização dessa inovação permitiu que pequenos varejistas pudessem aproveitar efetivamente seus recursos. No entanto, graças às margens reduzidas e aos efeitos que ainda enfrentam a partir da pandemia, esses varejistas não podem "se dar ao luxo" de cometer erros ou quaisquer experimentações que fujam de seu core business.

É o que destaca, por exemplo, Alfredo Soares, autor, cofundador da escola de negócios G4 Educação e presidente da Loja Integrada, plataforma de loja virtual. Ao listar suas principais considerações sobre o evento, Soares ressalta que a NRF 2024 mostrou a importância de intensificar as práticas consolidadas em vez de simplesmente buscar inovações. "O custo de inovação está elevado, e a eficiência é crucial. Estratégias vencedoras mantêm a eficiência como premissa central. O varejo precisa ser eficiente por natureza, superando desafios com otimização. A inteligência artificial é a protagonista do varejo eficiente", destaca.

Desse modo, a inovação (e aqui se encaixa o uso de inteligência artificial) deve evoluir para gerar corte de custos para as empresas. Ou seja, a redução de processos e a busca por eficiência devem focar na simplicidade.

"O foco em eficiência logística deixa claro que esse é o momento de 'fazer acontecer' custos menores e margens maiores. Eficiência que o varejo abriu mão na pandemia e que agora busca com resultados ainda melhores aos anos que antecederam a Covid", complementa Tozzi.

Outro ponto que alia inovação e redução de custos está presente no aproveitamento da experiência que é gerada ao cliente. O evento destacou que o ato de fidelizar clientes tornou-se muito caro, o que incentivou as empresas a criar benefícios – e comunicá-los aos consumidores – para gerar valor à experiência proporcionada.

Para Fabio Aloi, CEO da ONE Friedman e um dos palestrantes do evento, a hiperpersonalização surge como uma tendência para varejistas que desejam atrair e fidelizar seus clientes. Nesse sentido, a Zoop, fintech de serviços financeiros, destaca que os consumidores esperam e exigem cada vez mais das marcas uma experiência unificada para interagir de maneira coesa e fluída com as empresas.

"Durante a NRF Retail's Big Show, esse conceito estava sendo chamado de 'experiência individual de concierge em escala'. Um dos motivos é que as pessoas querem migrar entre diferentes plataformas e pontos de contato de forma consistente e, o mais importante, natural. Outro detalhe é que os consumidores esperam que as interações com as marcas sejam baseadas em suas necessidades. Isso inclui indicações feitas pelo marketing, conversações com atendentes e vendedores, entre outras. Usar recursos e ferramentas de Inteligência Artificial é a melhor maneira de entender com mais precisão as preferências dos clientes, ler seus comportamentos, antecipar-se às mudanças e, com isso, promover a hiperpersonalização tão esperada por eles", explica a Zoop.

"Os espaços de exposição da NRF privilegiaram os principais players de tecnologia do mundo: SAP, Oracle, Google, Meta, Amazon, IBM e Microsoft. Mas, não deixam

de ter centenas de soluções incríveis e desconhecidas por nós no Brasil. As tecnologias com captura de imagem do produto estão presentes nas soluções de caixa, na leitura de prateleiras (com foco em reduzir ruptura), na movimentação de mercadoria em centro de distribuição e até contribuindo para a proliferação de lojas autônomas, como Amazon Go", complementa Tozzi.

A especialista da AGR Consultores cita um exemplo mencionado na Feira e que alia o uso de tecnologia e a hiperpersonalização para os clientes. "Soluções de vitrines com imagens 3D, até com possibilidade de conversar com o consumidor, buscam eficiência no visual merchandising, permitindo que ao longo do dia a loja tenha vitrines adequadas ao horário, à localização, ao clima e às promoções. O consenso por aqui é de que o varejo americano ficou chato! Funcional como o site, sem emoções. Voltar a ser um ponto de encontro e de diversão é urgente", ressalta Tozzi.

Fun&Vibe e reinvenção das lojas físicas

Na lógica de proporcionar experiências únicas e criativas aos consumidores, a NRF 2024 também destacou o conceito de fun&vibe para o varejo. A ideia é oferecer aos clientes lojas esteticamente bonitas, tecnológicas e que carreguem personalidade e emoção.

Não é algo simples, obviamente, mas é necessário, principalmente após um período em que o varejo online foi a única opção de sobrevivência para muitos players. É preciso resgatar a importância e os diferenciais das lojas físicas.

Para o palestrante Lee Peterson, vice-presidente executivo da WD Partners, esse é um dos maiores desafios atuais do varejo: transformar lojas físicas em lugares atrativos para seus consumidores. De acordo com ele, pesquisa recente revelou que 6 em cada 10 americanos preferem o comércio eletrônico, principalmente pela conveniência proporcionada.

Repercutindo a palestra de Peterson, a Zoop ressalta que esse cenário pode representar um despertar dos varejistas para a necessidade de conseguirem, verdadeiramente, unir os mundos físico e digital.

"A ideia, portanto, é atingir uma entrega figital, que é a experiência física e virtual totalmente integrada. Fica claro que o conceito omnichannel veio para ficar no varejo. Porém, exige dos gestores ajustes significativos para atender às atuais expectativas dos consumidores", explica a empresa.

Os dados também colaboram para esse entendimento. De acordo com Susan Reda, vice-presidente de Educação Estratégica da NRF, o tamanho médio das lojas nos EUA continuará diminuindo.

"A empresa de dados CoStar Group informou recentemente que durante os primeiros três trimestres de 2023, os varejistas assinaram contratos de arrendamento com uma média de 297 metros quadrados. Dada a diminuição da atração dos compradores por lojas de grande porte, espera-se que uma estrutura menor continue sendo tendência", afirma.

Para Reda, é importante ser criativo para explorar de maneira inteligente os formatos digital e físico junto ao consumidor. "Outros varejistas estão misturando o físico e o digital para aumentar a aposta nas experiências de compra. Os compradores da Zara que usam o recurso 'Modo Loja' no aplicativo podem ajustar digitalmente sua experiência para exibir apenas produtos e tamanhos imediatamente disponíveis na loja local. O aplicativo da Target agora oferece uma experiência personalizada, dinâmica e repleta de inspiração customizada para sincronizar com a sensação de estar na loja", comenta.

Resiliência do setor e humanização

Outros dois conceitos foram abordados na NRF 2024, embora em menor escala: a resiliência do setor e a importância da humanização. É importante refletir, por exemplo, que o varejo precisou necessariamente reforçar sua resiliência nos últimos anos. Não obstante a pandemia, o setor teve (e tem) de lidar com as guerras atuais, principalmente a que envolve Rússia e Ucrânia, e também com questões climáticas, que encareceram o preço de diversos itens essenciais às operações.

Alguns palestrantes também destacaram as importantes mudanças demográficas que deverão impactar fortemente alguns países nas próximas décadas, inclusive o Brasil. O envelhecimento da população, dentre diversas consequências, gera também mudanças nos hábitos de consumo.

O varejo precisará lidar com essas questões sem a possibilidade de esperar por tempos mais calmos, já que os últimos anos comprovaram que os desafios seguirão presentes por muito e muito tempo.

Além disso, alguns palestrantes ressaltaram a importância da humanização das relações, seja no ambiente profissional, familiar ou entre amigos.

"Em diversos momentos do evento, líderes e empreendedores enfatizaram a necessidade de nos aproximarmos de pessoas. Magic Johnson e Drew Barrymore revelaram que o sucesso de seus negócios está pautado na relação com família, com os seus times e seus sócios. Kyle Leahy, CEO e founder da Glossier, e Shay Mitchell, CEO da Béis, debateram sobre uma sociedade carente de relações próximas. Fundador da DICK's Sporting Goods, Edward Stack selou o assunto com: envolva-se, aproxime-se do seu time e escute", contou Tozzi.

Setor automotivo

O varejo de autopeças guarda uma particularidade que deve sempre ser considerada nas análises de tendências e cenários. O consumidor (ou o mecânico) aciona a loja de varejo automotivo geralmente em um momento não muito agradável, no qual enfrenta um problema que pode estar afetando seriamente sua locomoção.

Nesse ambiente, a demanda primária do consumidor não está relacionada somente ao preço dos itens, mas à disponibilidade das peças e à tentativa de reduzir os danos o máximo possível. Ou seja, o cliente precisa (e quer) a peça na hora, de uma forma simples e eficiente.

Ainda assim, as maiores varejistas no Brasil cresceram nos últimos anos quando passaram a oferecer aos clientes outros produtos e experiências. São itens e serviços que geram comodidade e facilidade a consumidores e mecânicos e proporcionam valor a uma experiência de compra que inicialmente estaria limitada a uma demanda em meio a uma situação desagradável.

Dessa forma, o setor de autopeças (e o automotivo, de modo geral) precisa seguir reforçando valores como humanização e hiperpersonalização, de modo que os clientes sigam valorizando (e, na maioria das vezes, preferindo) a experiência que encontram em uma loja física.

De qualquer forma, uma coisa é certa: quem compareceu à NRF 2024 saiu do evento, no mínimo, animado com as expectativas previstas para os próximos meses (e anos) no varejo. Ainda que as realidades dos países dos participantes sejam um tanto distintas, diversos insights e tendências debatidas no evento são facilmente aplicáveis aos setores varejistas de vários locais. Vale se inspirar no conteúdo para pensar e repensar as estratégias para 2024.

Cidadão que usa celular no trânsito pode cometer três tipos de infração

No último ano, caíram as multas aplicadas pelo Detran-SP por uso de celular ao volante, mas é sempre importante ter em mente que utilizar telefone enquanto dirige é tão perigoso quanto dirigir embriagado.

Que o celular é uma "mão na roda" todos concordam. Já tem alguns anos que é possível manter nele inclusive versões digitais documentos pessoais, como RG e a CNH – Carteira Nacional de Habilitação. Mas ele não é usado só para isso – e muitas pessoas não querem esperar um minuto a mais para curtir uma foto, mandar uma mensagem ou conversar com alguém. Entretanto, se o cidadão estiver fazendo qualquer uma dessas atividades no banco de condutor de um veículo, é bom que ele esteja estacionado e com o motor desligado. Caso contrário, ele estará cometendo pelo menos uma infração de trânsito, segundo o Código de Trânsito Brasileiro (CTB).

Além de gerar multa e pontuação na CNH, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), o uso do celular ao volante aumenta em 400% o risco de sinistros no trânsito.

Ainda é correto dizer que dirigir mexendo no celular é tão perigoso quanto conduzir um veículo após a ingestão de bebida alcoólica. Segundo uma pesquisa da instituição inglesa RAC Foundation, o envio de mensagens pelo smartphone é capaz de retardar o período de reação do condutor em 35%.

Outro estudo, da Abramet (Associação Brasileira de Medicina de Tráfego), aponta que digitar uma mensagem de texto enquanto se conduz um veículo a 80 km/h equivale a dirigir com os olhos vendados por um percurso de até 100 metros, o comprimento de um campo de futebol. Mais um fato notório é que, ao usar o celular ao volante, o condutor perderá o campo de visão de 360° que se deve ter com o auxílio do espelho retrovisor – o que afetará bruscamente sua concentração no trânsito.

As multas de trânsito referentes ao uso do celular podem ser aplicadas pelas três esferas de órgãos autuadores: municipal, estadual e federal. As autuações estaduais pertencem ao Departamento Estadual de Trânsito (Detran-SP), como o próprio nome indica. Também como resultado de suas ações constantes de conscientização via campanhas educativas, a autarquia registrou queda no comparativo de janeiro a novembro de 2023 com o mesmo período de 2022 na aplicação dos três tipos de multa referente ao uso de celular ao volante:

– Dirigir veículo utilizando-se de telefone celular caiu 46%. De janeiro a novembro de 2023, foram 11.154 multas do tipo, contra 20.831 no mesmo período de 2022. Essa infração, considerada média, acontece, geralmente, quando o motorista dirige falando ao celular. São quatro pontos na CNH e multa de R$ 130,16;

– Dirigir veículo segurando telefone celular caiu 27%. De janeiro a novembro de 2023, foram 36.589 multas, enquanto no mesmo período de 2022, foram registradas 50.172. Esse tipo de infração é gravíssima, equivale a sete pontos na CNH, com multa de R$ 293,47, e é registrada quando o condutor mantém o celular em uma das mãos ao mesmo tempo em que está conduzindo o veículo;

– Dirigir veículo manuseando telefone celular caiu 20,3%. De janeiro a dezembro de 2022, foram 178.217 multas do tipo. Já, em 2023, no mesmo período, houve queda para 141.883 ocorrências. Também considerada uma infração gravíssima, que resulta em sete pontos na CNH e multa de R$ 293,47, ela é aplicada quando o motorista tecla no celular enquanto está na condução do veículo.

Depois que os tipos de multas foram esclarecidos, o Detran-SP traz cinco alertas importantes sobre os riscos do uso do celular ao volante:

– Manusear o celular dirigindo é perigoso para todos que compartilham a via, como o motorista, o pedestre, o ciclista e outros, pois causa distração. Ao desviar a atenção para o aparelho, o condutor pode se envolver em sinistros e atentar contra sua vida e a dos demais;

– Ao tirar a mão do volante para mexer no celular, o condutor não terá o mesmo controle físico do veículo;

– É importante verificar as mensagens antes de sair de casa e depois de chegar ao destino, pois, ao digitar uma mensagem no celular, o seu cérebro se concentra apenas nessa ação, e a direção acaba ficando em segundo plano;

– Ouvir mensagens de voz enquanto dirige também traz riscos ao motorista, porque causa distração, desviando a atenção de sons de alerta do trânsito como buzina e sirene;

– Colocar o aparelho no meio das pernas também não é indicado, já que também pode distrair atenção ou assustar o condutor diante de toques ou vibrações.

Conscientização constante

A tendência de redução nos óbitos no trânsito no Estado de São Paulo, em paralelo ao aumento constante dos sinistros não fatais, confirma a importância das ações e campanhas frequentes de conscientização da necessidade de respeito às leis de trânsito, com vistas à preservação da vida. Toda vida importa; nenhuma morte no trânsito é aceitável. Na última campanha do Detran-SP, que começou a ser veiculada em dezembro, com o início do período de férias escolares, a atual gestão da autarquia sugere de forma bem humorada que, além de seguir as leis de trânsito, os condutores se planejem antes de sair de casa e mantenham seus smartphones guardados, mantendo a tranquilidade, para que "a morte também possa tirar férias".

*Artigo de autoria do **Detran-SP**, o maior órgão executivo de trânsito do país, responsável por 28% da frota brasileira, com mais de 32 milhões de veículos registrados e mais de 27 milhões de motoristas habilitados em todo o estado.*

PREPARE-SE PARA O PRÊMIO SINDIREPA-SP 2024

PRÊMIO
SINDIREPA-SP
OS MELHORES
DO ANO 2024

SAVE THE DATE

18 de Junho de 2024 | **FIESP São Paulo**

Local: Avenida Paulista, 1313 - SP | 15º Andar

SAIBA MAIS NO SITE:

www.premiosindirepasp.com.br

PATROCINADORES 2023

PARCERIA DA REPARAÇÃO

STELLANTIS PARTS & SERVICES | FIAT | Jeep | RAM

PATROCÍNIO OURO

bradesco seguros | cofap | MONROE AMORTECEDORES | SCHAEFFLER | TAKAO

PATROCÍNIO PRATA

DANA | KOLBENSCHMIDT PIERBURG | MAHLE | Porto Seguro azul seguros | BilStop

PATROCÍNIO BRONZE

BOSCH | Continental | Delphi Technologies | DENSO Crafting the Core | FRAM | IQA | MOBENSANI | SOLERA | WEGA ORIGINAL QUALITY | ZF

SEJA UM PATROCINADOR 2024

REALIZAÇÃO

SP Sindirepa

APOIO INSTITUCIONAL

Sindirepa BRASIL

ORGANIZAÇÃO

grupo photon

CONTATOS

(11) 94231-1496
(11) 94176-5011
comercial@photon.com.br

Números do setor automotivo

Licenciamento de automóveis novos nacionais

O resultado de dezembro consolidou os bons números que fizeram com que 2023 fosse o ano de melhor desempenho para o licenciamento de autoveículos novos nacionais desde o início da pandemia (2020). Se houve oscilação entre 2020 e 2022, o consolidado de 2023 representou, de fato, a recuperação do setor. Na comparação entre os meses de dezembro de 2022 e 2023, houve alta de quase 10%, sustentada essencialmente pelo desempenho dos veículos leves. Já o resultado total de 2023 foi superior em 7% ao de 2022. Nesse último cenário de comparação, somente o segmento de caminhões obteve resultado negativo. Os ônibus, que apresentaram índices negativos em quase todos os cenários, mostraram evolução na comparação entre os consolidados dos dois anos.

Unidades	2023			2022		VARIAÇÕES PERCENTUAIS		
	DEZ A	NOV B	JAN/DEZ C	DEZ D	JAN/DEZ E	A/B	A/D	C/E
Total	203.719	176.842	1.956.700	187.179	1.830.992	15,2	8,8	6,9
Veículos leves	192.548	166.557	1.836.198	173.280	1.693.503	15,6	11,1	8,4
Automóveis	155.331	135.258	1.487.575	147.081	1.411.329	14,8	5,6	5,4
Comerciais leves	37.217	31.299	348.623	26.199	282.174	18,9	42,1	23,5
Caminhões	9.692	8.699	100.074	11.607	120.133	11,4	-16,5	-16,7
Semileves	146	112	1.192	107	1.721	30,4	36,4	-30,7
Leves	759	770	8.732	785	10.274	-1,4	-3,3	-15,0
Médios	684	758	8.134	927	10.340	-9,8	-26,2	-21,3
Semipesados	2.547	2.471	28.756	2.936	32.813	3,1	-13,2	-12,4
Pesados	5.556	4.588	53.260	6.852	64.985	21,1	-18,9	-18,0
Ônibus	1.479	1.586	20.428	2.292	17.356	-6,7	-35,5	17,7

Mil unid.	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	ANO
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	164,2	151,2	159,3	184,5	168,8	158,9	174,0	187,2	1.831,0
2023	122,4	112,4	171,4	138,1	149,1	161,6	195,9	173,9	167,8	183,6	176,8	203,7	1.956,7

Fonte: Renavam/Denatran.

Produção de automóveis montados

Na produção de autoveículos montados, o cenário difere principalmente devido à comparação entre 2023 e os anos anteriores. Ainda que o último resultado supere as temporadas de 2020 e 2021, não foi o suficiente para ultrapassar o ano de 2022. Na comparação entre 2023 e 2022, houve significativo decréscimo nos segmentos de caminhões e ônibus, superior a 30% cada. O mês de dezembro de 2023 também não foi positivo para a produção. Na comparação com o mesmo período de 2022, houve queda de 10% no índice, influenciada pelo desempenho ruim de todos os setores. O resultado de dezembro foi o terceiro mais fraco de 2023, atrás apenas do primeiro bimestre do ano.

Unidades	2023			2022		VARIAÇÕES PERCENTUAIS		
	DEZ A	NOV B	JAN/DEZ C	DEZ D	JAN/DEZ E	A/B	A/D	C/E
Total	171.578	202.675	2.324.838	191.567	2.369.769	-15,3	-10,4	-1,9
Veículos leves	162.058	190.758	2.203.705	175.095	2.176.000	-15,0	-7,4	1,3
Automóveis	129.572	155.517	1.781.612	149.478	1.824.833	-16,7	-13,3	-2,4
Comerciais leves	32.486	35.241	422.093	25.617	351.167	-7,8	26,8	20,2
Caminhões	8.262	10.030	100.535	14.614	161.992	-17,6	43,5	37,9
Semileves	0	0	1.053	27	1.530	-	0,0	-31,2
Leves	1.057	1.805	14.920	1.746	21.582	-41,4	-39,5	-30,9
Médios	125	215	2.905	531	8.345	-41,9	-76,5	-65,2
Semipesados	1.926	2.258	25.920	4.486	49.775	-14,7	-57,1	-47,9
Pesados	5.154	5.752	55.737	7.824	80.760	-10,4	-34,1	-31,0
Ônibus	1.258	1.887	20.598	1.858	31.777	-33,3	-32,3	- 35,2
Rodoviário	287	365	3.796	534	3.992	-21,4	-46,3	-4,9
Urbano	971	1.522	16.802	1.324	27.785	-36,2	-26,7	-39,5

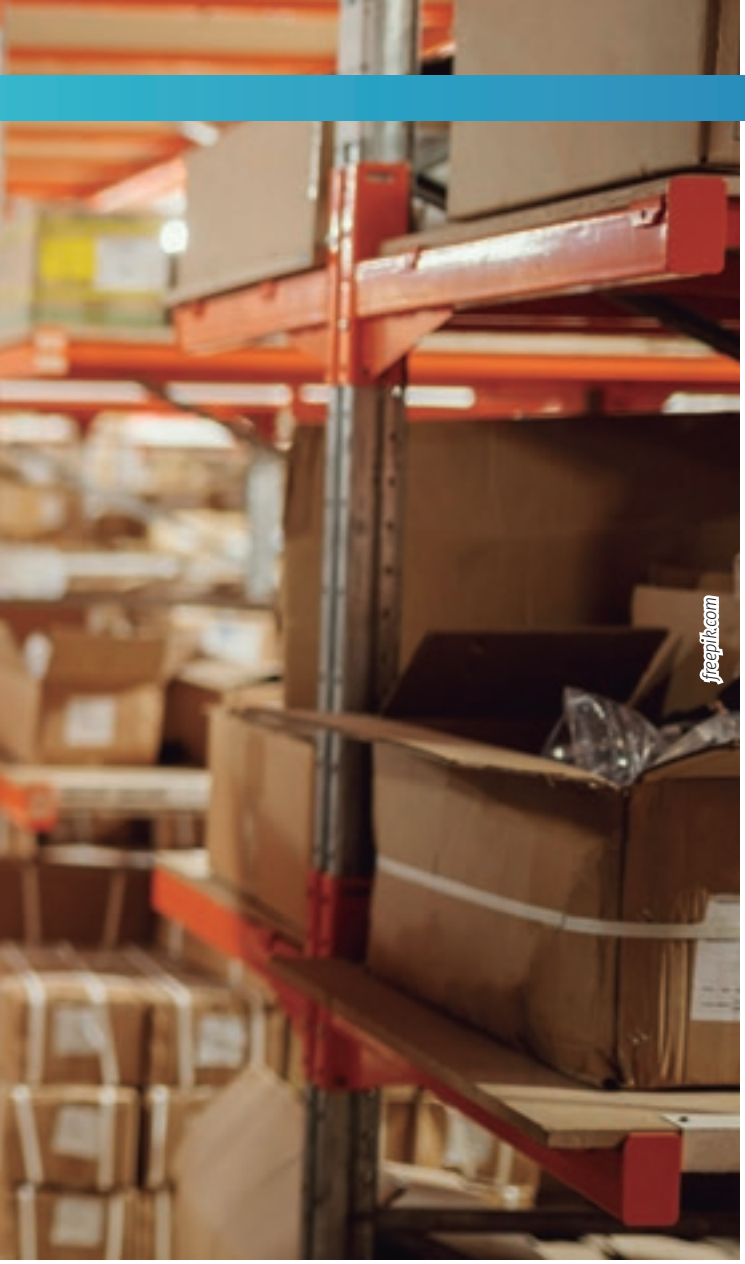
Mil unid.	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	ANO
2020	191,7	204,2	190,0	1,8	43,1	98,4	170,7	210,0	220,2	236,5	238,2	209,3	2.014,1
2021	200,4	197,0	200,3	190,9	192,8	167,5	164,2	165,3	174,1	179,0	205,7	210,9	2.248,3
2022	145,4	165,9	184,8	185,4	205,9	203,6	219,0	238,0	207,8	206,0	215,8	191,5	2.369,7
2023	152,7	161,5	221,8	178,9	227,9	189,2	183,0	227,0	208,9	199,8	202,7	171,6	2.324,8

Fonte: Renavam/Denatran.

O valor estratégico do controle de estoque

A gestão de estoque desempenha papel fundamental em diversas interações comerciais, afetando diretamente clientes e vendedores. Muitos de nós já experimentamos as consequências de problemas nessa área, seja em compras pessoais ou no ambiente profissional. Essas situações podem gerar impactos significativos na satisfação do cliente e no alcance de metas empresariais.

Recentemente, vivenciei uma situação que ilustra a importância de uma eficiente gestão de estoque. Ao realizar uma compra emergencial em um site, optei por pagar um valor mais elevado pelo frete para garantir a entrega no mesmo dia. Recebi a confirmação do pagamento e a notificação de que meu pedido estava em preparação, criando altas expectativas. Contudo, a decepção veio posteriormente, com um terceiro e-mail informando que o item desejado não estava mais disponível no estoque. Além da frustração pela não entrega do produto, enfrentei o desafio adicional de realizar procedimentos de estorno, nem sempre eficientes, e ir buscar alternativas em shoppings locais.



Outro caso revelador foi compartilhado por uma amiga vendedora. Durante suas interações com clientes, ela negociou preços, estabeleceu prazos de entrega, registrou os pedidos e assegurou aos clientes que tudo estava encaminhado. No entanto, ao consultar o relatório de vendas no dia seguinte, constatou que mais de 10% dos pedidos enfrentaram rupturas de estoque. Essa situação gerou uma frustração dupla: a não entrega aos clientes comprometendo a confiança estabelecida e a venda de uma parte do estoque que contribuiria para atingir as metas de vendas foi dissipada.

Esses exemplos destacam a importância crítica da gestão de estoque para o sucesso empresarial e para a satisfação do cliente. Problemas nessa área não apenas afetam diretamente a experiência do consumidor, mas também impactam as metas e os objetivos da empresa. Uma abordagem proativa e eficiente é essencial para minimizar rupturas, garantir a pontualidade na entrega e manter a confiança do cliente, aspectos vitais para a prosperidade e reputação de qualquer negócio. O inventário, muitas vezes percebido com temor por alguns, curiosidade por outros e até mesmo apreciação por alguns, desempenha um papel central e inegavelmente crucial no contexto empresarial.

Manter um controle preciso dos produtos disponíveis, gerenciar o estoque de não vendáveis, prevenir perdas e assegurar a disponibilidade de itens essenciais são elementos fundamentais para o funcionamento eficiente de qualquer empreendimento. A precisão do estoque não apenas influencia positivamente processos como compras, formação de preço e atendimento ao cliente, mas também afeta aspectos críticos como arrolamento do estoque, controle de validade e avaliação constante da qualidade física dos produtos.

Os modelos de inventário geral, rotativo e geográfico oferecem abordagens distintas para atingir o objetivo de uma gestão eficaz. Contudo, a excelência começa com a execução precisa do processo, iniciando no recebimento fiscal, culminando na entrega ao cliente, e, em casos adversos, durante o processo de devolução.

Não existe um modelo único de contagem que se encaixe perfeitamente para todos os negócios. A escolha do modelo, seja ele geral, rotativo ou geográfico, depende das características específicas dos produtos e da eficácia do processo em manter o estoque. Essa decisão deve ser tomada de forma colegiada, envolvendo áreas cruciais como Comercial, Logística, Fiscal, Contábil, Compliance e Prevenção de Perdas, alinhando necessidades operacionais, financeiras, controle e análise do processo de inventário.

O Inventário Geral: Uma Visão Abrangente para Uma Gestão Precisa

O inventário geral, um procedimento abrangente que envolve a contagem física de todos os produtos armazenados em um determinado momento, geralmente é realizado ao final de períodos contábeis, trimestres, semestres ou anos. Sua importância reside na obtenção de uma visão precisa do estoque total da empresa, permitindo a conciliação com os registros contábeis. Apesar de ser menos dinâmico na resolução de problemas

imediatos, o inventário geral exige um planejamento preciso, consideração do custo de execução no orçamento e, inevitavelmente, a interrupção temporária das operações. Treinamento eficaz da equipe e, em alguns casos, a colaboração de empresas especializadas, são elementos essenciais para garantir o sucesso do processo.

O Inventário Rotativo: Uma Gestão Dinâmica para Operações Intensas

Diferentemente do inventário geral, o inventário rotativo envolve a contagem de partes do estoque em intervalos regulares ao longo do ano. Essa abordagem dinâmica permite identificar e corrigir discrepâncias de forma contínua, sendo particularmente eficaz em operações com movimentações intensas, onde as mercadorias são frequentemente acessadas, com alto grau de fracionamento e mix diverso, mas similar. Seu custo tende a ser menor e mais diluído ao longo do ano em comparação ao inventário geral. O sucesso dessa modalidade depende de um planejamento minucioso, criação de uma equipe dedicada, central de análise e acompanhamento, e definição criteriosa do modo de seleção de contagem.

O Inventário Geográfico: Complementando a Precisão em Estoques de Baixa Rotatividade

O inventário geográfico, uma abordagem que associa a localização física dos produtos de forma macro, atua como um complemento às modalidades anteriores, embora, por si só, não tenha a capacidade de entregar uma contagem total. Essa abordagem é particularmente útil em estoques com baixa rotatividade ou em áreas específicas, como porta-paletes. O processo envolve a análise da ocupação da posição, comum em situações em que trocas de endereços podem gerar erros duplicados. A decisão após a identificação do problema é ajustar pontualmente o erro ou contar o produto com o erro identificado em sua totalidade no estoque.

Qual o melhor modelo a ser adotado?

A escolha entre inventário geral, rotativo e geográfico dependerá das necessidades específicas de cada empresa. Muitas vezes, uma abordagem combinada, considerando as características únicas do estoque, é a chave para uma gestão eficiente. Independentemente do modelo escolhido, a integração de tecnologias modernas e a capacitação da equipe são elementos essenciais para garantir a precisão e a eficácia do inventário na gestão de estoque.

Melhores Práticas na Organização do Estoque e Preparação para Contagem

Definida a abordagem, é necessário planejar e executar o inventário, sendo a contagem de estoque de importância fundamental. Recomenda-se aqui:

1. Dividir o estoque em categorias, considerando critérios como custo, risco de segurança, giro de venda, características físicas e sazonalidade;

2. Congelar as movimentações dos itens a serem contados, seja de forma global ou localizada, é uma prática para garantir a consistência dos dados durante o processo de contagem;

3. Automatizar e integrar o inventário rotativo ao sistema de gerenciamento de estoque são etapas cruciais, assegurando atualizações em tempo real e minimizando erros manuais. A adoção de tecnologias como leitores de código de barras, QR CODE e RFID agiliza a localização do estoque, contribuindo para a eficiência operacional;

4. Agendar previamente a contagem, notificando a equipe envolvida, reduz impactos nas operações normais, enquanto a inclusão de custos no orçamento proporciona transparência financeira;

5. Manter um mapa preciso do layout do armazém e unificar registros, como código de barras ou QR CODE, simplificam a gestão e reduzem erros potenciais;

6. Contar com uma equipe especializada e dedicada, além de uma supervisão contínua do processo, permite ajustes estratégicos para otimizar a precisão do estoque. Após a contagem física, a validação das contagens e a aprovação de diferenças são práticas essenciais, exigindo regras de análise claras e a comunicação dos resultados aos interessados. Em caso de discrepâncias, uma análise aprofundada, envolvendo o time de Melhoria Contínua, é crucial para identificar as possíveis causas.

Em resumo, a preparação estratégica para a contagem de estoque é vital para uma gestão eficiente, permitindo que as empresas garantam não apenas a precisão do inventário, mas também a continuidade das operações comerciais.

Cada Movimento na Mercadoria é um Inventário em Ação!

Cada movimento na mercadoria equivale a um inventário em ação. A cada transação, a quantidade de mercadoria no estoque é alterada. Seja uma venda, diminuindo o estoque, ou uma recepção de mercadoria, aumentando-o.

Esses movimentos podem ser registrados manualmente ou por meio de um sistema de controle de estoque. Quando registrados manualmente, é crucial executá-los com precisão para evitar erros. No caso de registros por meio de um sistema, a configuração correta é fundamental para garantir a fidelidade dos produtos à indicação do sistema.

A realização periódica de inventários físicos é essencial para verificar a correção das quantidades registradas no sistema de controle de estoque. Divergências exigem identificação das causas e correções.

A Qualidade dos Movimentos de Estoque: Impacto na Acurácia e Atendimento ao Cliente

Os movimentos de mercadoria desempenham papel fundamental no impacto direto sobre os registros financeiros da empresa, sendo que falhas nesses registros podem acarretar problemas contábeis, tais como desequilíbrios nos relatórios financeiros. Cada movimento exerce influência sobre a quantidade disponível de produtos em estoque, destacando a importância de registros precisos para manter o controle do estoque atualizado e prevenir discrepâncias. A acuracidade desses registros não apenas contribui para a identificação de extravios, mas também possibilita a correção de erros cadastrais em unidades de medida e na avaliação da qualidade do produto. Informações precisas sobre os movimentos de mercadoria se revelam vitais para a tomada de decisões estratégicas relacionadas ao estoque, abrangendo desde ajustes nas quantidades a serem adquiridas até decisões sobre promoções ou descontos. Movimentos precisos tornam-se cruciais para assegurar a disponibilidade dos produtos quando os clientes realizam pedidos, uma vez que a falta de produtos, resultante de imprecisões nos registros, pode gerar insatisfação entre os clientes e impactar negativamente a reputação da empresa.

Acurácia e Eficiência: Um Vínculo Indissociável

O inventário, embora necessário, muitas vezes se revela uma empreitada que demanda tempo, recursos e atenção minuciosa. A contagem constante de mercadorias, a reconciliação de dados e a atualização de registros são processos que consomem considerável esforço humano e técnico. Algumas empresas, em meio à correria do cotidiano e pressões para manterem-se competitivas, podem negligenciar a importância do inventário preciso, considerando-o uma tarefa burocrática e secundária.

No entanto, é preciso ressaltar que a não realização adequada do inventário pode acarretar uma série de problemas. Estoque desatualizado pode levar a falhas na previsão de demanda, resultando em excessos, faltas, prospecção negativa da imagem da empresa ou até mesmo descrença de pessoas comprometidas com a meta interna. Essa imprecisão também pode impactar diretamente na eficiência operacional, levando a atrasos em entregas, insatisfação do cliente e perda de oportunidades de venda. Além disso, problemas financeiros podem surgir, uma vez que investimentos desnecessários em estoques podem ocorrer, comprometendo a saúde financeira da empresa.

Apesar do desafio que a gestão de inventário pode representar, sua realização diligente é essencial para evitar uma cascata de complicações operacionais e financeiras. O inventário, quando bem administrado, não é apenas uma obrigação burocrática, mas sim uma ferramenta estratégica essencial na gestão empresarial. Ele proporciona dados precisos que embasam decisões estratégicas, contribuindo para a otimização de processos, a redução de custos e a maximização da eficiência operacional. Assim, a busca constante pela excelência na gestão de inventário não deve ser encarada como um fardo, mas como uma oportunidade contínua de aprimoramento e crescimento sustentável para a empresa.

*Artigo de autoria de José Francisco C. da Silva, consultor da **AGR Consultores**. Confira outras informações e conteúdos em https://www.agrconsultores.com.br.*

MERCADO AUTOMOTIVO

1 edição

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

3 edições

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

6 edições

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

PACOTES ESPECIAIS PARA O BUDGET 2024

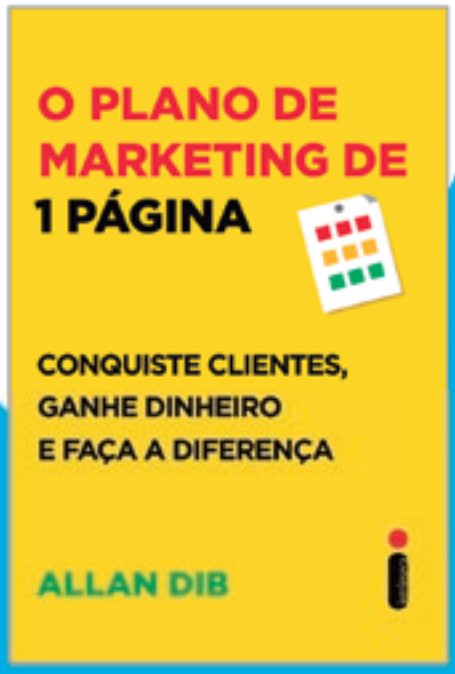
ATENDIMENTO COMERCIAL:

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

[11] 94231-1496 [11] 94176-5011
comercial@photon.com.br

www.revistamercadoautomotivo.com.br

grupo photon



A IMPORTÂNCIA DO MARKETING

Em livro, especialista destaca estratégias que devem ser observadas para o sucesso de pequenos negócios

Chegou às livrarias brasileiras neste início de ano a obra "O plano de marketing de uma página" (Editora Intrínseca, R$ 50, 238 páginas), do empresário e especialista na área Allan Dib. Para o autor, a resposta para a questão sobre o que torna as empresas bem-sucedidas é muito simples: marketing. E, nesse sentido, Dib ressalta que, para construir um negócio de sucesso, um empreendedor precisa dedicar a mesma quantidade de atenção e esforço às estratégias de marketing que dedica a tudo mais na administração do negócio.

Oferecer ao mercado um bom produto e/ou um bom serviço já é difícil o bastante, mas não é suficiente para que seu negócio seja bem-sucedido e sustentável. Para o especialista, um dos principais enganos cometidos por empresários dos mais variados setores é pensar que, ao oferecer um produto excelente, o mercado irá comprar.

"Embora o conceito de "se você fizer, eles virão" renda um argumento excelente para um filme, ele é péssimo enquanto estratégia de negócios. Os anais da história estão cheios de produtos de superioridade técnica que fracassaram comercialmente. Entre os exemplos estão os videocassetes Betamax, o assistente pessoal digital Newton e o disc-laser, para citar alguns. Produtos bons, até mesmo ótimos, simplesmente não bastam. Por isso, o marketing precisa ser uma das principais atividades de quem busca êxito empresarial", aponta o especialista no livro.

"Pergunte a si mesmo: quando é que um cliente em potencial descobre quanto seu produto ou serviço é bom? A resposta, evidentemente, é: quando ele compra. Se ele não comprar, nunca vai saber. Como na famosa frase de Thomas Watson, da IBM: 'Nada acontece enquanto a venda não acontece'", completa.

Dessa forma, Dib ressalta que um bom produto ou serviço é uma ferramenta de retenção de clientes, mas não necessariamente de aquisição. E, necessariamente, para a aquisição de clientes precisamos pensar no marketing.

O livro do especialista é bem didático e procura trazer explicações racionais para indicar porque alguns conceitos que inicialmente parecem tão lógicos acabam sendo os maiores responsáveis por destruir pequenos negócios. Ele explica, por exemplo, que o raciocínio mais usual entre os donos de pequenas empresas é observar os concorrentes maiores e bem-sucedidos do setor e imitar o que eles fazem. Essa estratégia, no entanto, acaba sendo o jeito mais rápido de fracassar, por dois motivos principais.

O primeiro é que as grandes e pequenas empresas têm agendas de marketing muito diferentes, com estratégias e prioridades que diferem de forma significativa. Enquanto as grandes empresas priorizam, entre outros pontos, agradar ao comitê de direção, acalmar os acionistas, satisfazer ideias preconcebidas dos chefes e atuais clientes e gerar lucro, os pequenos negócios priorizam essencialmente a geração de lucro.

Além disso, os orçamentos de marketing entre grandes e pequenas empresas difere sensivelmente. E as estratégias mudarão naturalmente de acordo com a escala.

"Quem tem um orçamento publicitário de 10 milhões de reais e três anos para obter lucro, usa uma estratégia bem diferente de quem precisa lucrar imediatamente com um orçamento de 10 mil reais. Usando uma estratégia de marketing de grande empresa, seus 10 mil reais serão uma gota no oceano. Ou seja, serão totalmente desperdiçados e ineficazes, porque você estará usando a estratégia errada para a escala em que está operando", aponta o especialista.

Em seu livro, o autor explora um modelo simples e rápido como plano de marketing, que tem, literalmente, só uma página. A partir daí, Dib destaca os principais conceitos e pontos necessários para formular um plano nesse formato.

Para as pequenas e médias empresas, o autor defende o marketing de resposta direta, um ramo específico que propicia a marcas desse porte um caminho e uma vantagem competitiva a um baixo orçamento. Trata-se de um marketing elaborado de modo a proporcionar um retorno mensurável sobre o investimento.

"Além de ser uma estratégia de venda extremamente ética, é focada nos problemas específicos do prospecto (o cliente em potencial) e busca resolvê-los através de informação e soluções específicas. Também é a única forma verdadeira de uma pequena empresa chegar, de forma acessível, à consciência do cliente em potencial. Quando você transforma seus anúncios em anúncios de resposta direta, eles se tornam ferramentas geradoras de leads (diferentemente dos prospectos, os leads são contatos que já demonstraram interesse pelo serviço ou produto), em vez de simples ferramentas de reconhecimento de nome", explica.

Um anúncio de resposta direta, de acordo com o autor, é rastreável, pois permite que você identifique a mídia que foi responsável pela geração da resposta; é mensurável, pois permite que você meça com exatidão a eficácia de cada anúncio; usa chamadas convincentes e um texto vende; mira em um público ou nicho específico; faz uma oferta específica; exige uma resposta; inclui acompanhamento de curto prazo e em vários estágios; e também inclui o follow-up de manutenção dos leads não convertidos.

"O marketing de resposta direta, como é fácil perceber, visa suscitar uma ação ou resposta imediata, além de levar o prospecto a tomar alguma atitude específica, como assinar sua lista de e-mails, ligar pedindo mais informações, fazer uma encomenda ou ser direcionado para um site", complementa.

A estrutura do livro, por vezes, é um pouco confusa. A leitura, no entanto, flui porque a escrita do autor é bastante didática e explica de forma clara os principais erros e acertos cometidos na área do marketing por pequenas empresas.

Vale a leitura!

Como encantar clientes: Manual de Encantamento de Clientes Internos

Uma viagem sem mapa e sem destino, é isso que inúmeras empresas acabam fazendo com seus clientes internos, deixando-os sem saber como agir na frente desses nas mais diversas situações em seu cotidiano. E, pior ainda, os gestores esperam que eles encantem e proporcionem uma experiência incrível para os consumidores.

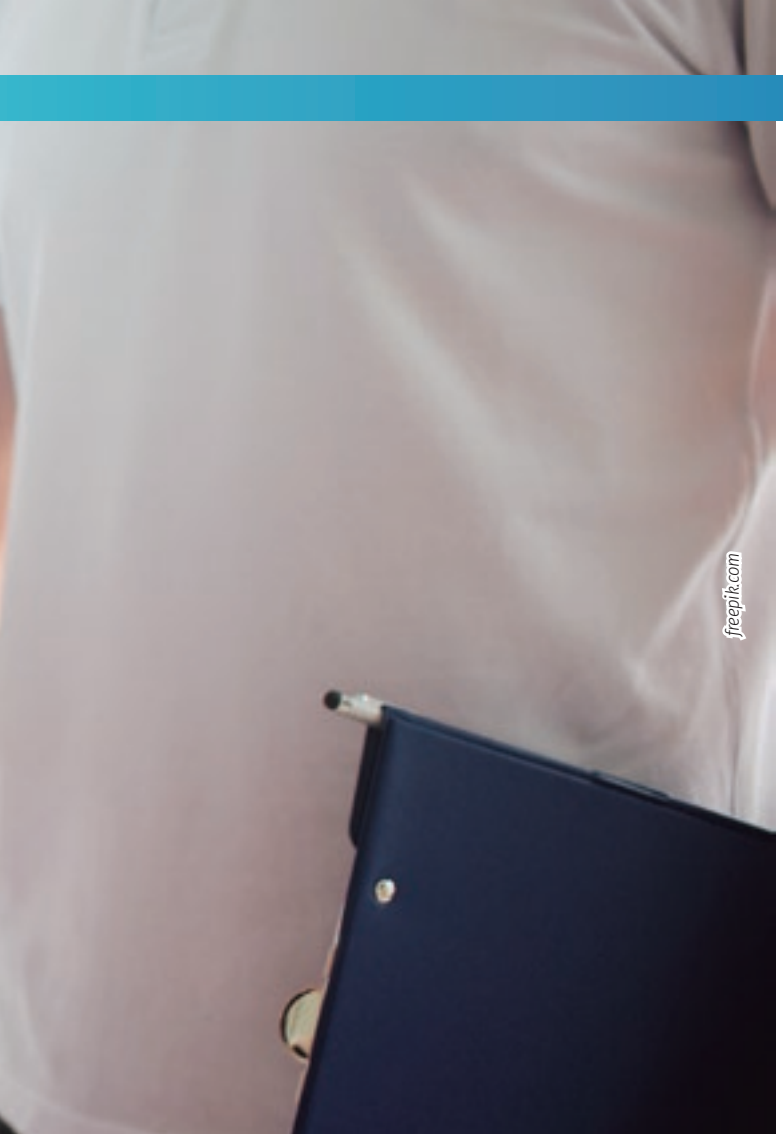
Uma pesquisa nacional sobre os 'Desafios da Capacitação', realizada pela Play2sell em 2021, apontou que a falta de conhecimento dos processos é uma das maiores dores sentidas pelo mercado brasileiro.

O levantamento indicou ainda que 44,4% das empresas participantes relatam que hoje a capacitação do time de atendimento direto é o maior obstáculo para o crescimento de seu negócio, enquanto 34% dizem ter a falta de conhecimento dos processos comerciais como uma das principais barreiras para alavancar os resultados.

Seria realmente justo não capacitar minuciosamente o pessoal, não treinar o devido script e ficar esperando que eles surpreendam positivamente?

Recentemente, eu pude vivenciar um belo exemplo disso. Enquanto minha família e eu passeávamos em um parque de diversões em Brasília, pudemos presenciar atendentes alegres e animados enquanto desenvolviam suas tarefas, e a principal e agradável surpresa ficou para o fechamento.

Quando estávamos seguindo em direção à saída, avistamos um corredor de colaboradores agradecendo e aplaudindo de pé a nossa visita, uma espécie de 'corredor da gratidão'. UAU!!! Era algo simples, mas com o poder de nos surpreender e encantar.



Teria esse momento sido treinado e ensaiado antes? Claro que sim!

Você sabia que em muitos casos o cliente interno não encanta o cliente externo justamente porque ele não foi devidamente instruído, ou mesmo querendo encantar não sabe fazer a coisa certa na hora certa?

É preciso parar e refletir sobre alguns pontos. Veja:

1. Sua empresa tem um manual do encantamento, detalhando a forma como se apresentar e agir nas mais variadas ocorrências?

2. Sua equipe sabe exatamente o que fazer para criar o momento mágico que transforma clientes em fãs?

3. Cada colaborador é empoderado para agir em favor de uma experiência inesquecível?

4. Existe um valor pré-autorizado para o funcionário investir no encantamento de clientes?

5. Todo funcionário sabe como se comportar, vestir, cumprimentar e atuar no posto de trabalho?

6. Há um manual ou treinamento específico para saber lidar com problemas ou uma reclamação mais efusiva de um visitante?

7. Se considerarmos o atendimento como um show, qual tem sido a carga horária para o adequado ensaio da apresentação?

8. Existem momentos de celebração e reconhecimento entre a equipe ou da liderança para com seus subordinados?

É fundamental ensaiar e treinar continuamente para que o atender e o encantar sejam uma cultura a ser vivenciada e não apenas atos isolados. Portanto, é imprescindível compartilhar as regras comportamentais desse jogo do encantamento, estabelecer um manual de práticas da excelência, para só depois poder esperar que o colaborador propicie uma jornada diferenciada ao cliente.

Com a ausência de regras claras, pouco treinamento e sem um passo a passo do atendimento encantador, será bem difícil evitar surpresas desagradáveis, perda de clientes e receitas.

É preciso sempre ter em mente:

- O que fazer para um atendimento trivial se tornar um momento especial;

- Como executar o básico bem-feito e ainda saber a hora de criar o momento mágico inesquecível que transforma clientes em fãs;

- Quando agir para atender com maestria e encantar.

Pense nas empresas que mais encantam clientes no mundo e repare que não é magia, é cultura, é processo, é treinamento, porque são pessoas!

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.*

Automechanika Shanghai 2023 Um Show de Sucessos

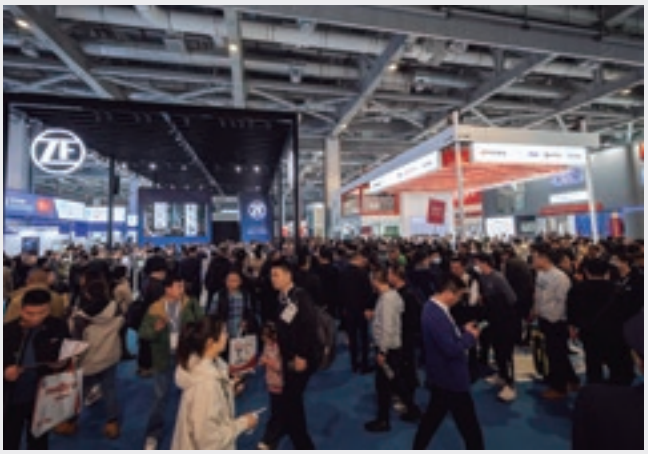
Por Jarbas Ávila

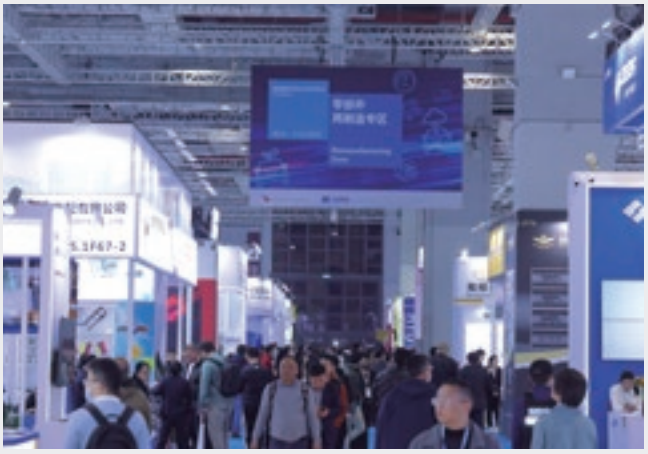
A Automechanika Shanghai 2023, que aconteceu de 29 de novembro a 2 de dezembro, foi uma edição recorde de participação tanto de expositores quanto de visitantes.

O sentimento de celebração que tomou conta do centro Nacional de Exposições e Convenções de Shanghai, em sua 18ª edição, representa bem o espírito tanto de expositores quanto de visitantes, que se admiraram com a riqueza de novos lançamentos e com a quantidade de profissionais do setor automotivo ávidos por reencontrar seus pares e estabelecer novos negócios.

Apesar do sucesso desta última edição, ficou patente que o foco mudou rapidamente para uma visão do futuro próximo quando os fornecedores se envolveram em discussões sobre as potenciais parcerias para o próximo ano.

A ênfase, na colaboração e na partilha de conhecimento foi particularmente elogiada, uma vez que as vitrines e os eventos paralelos promoveram uma compreensão coletiva da trajetória contínua que a indústria automotiva vem mostrando em direção às novas formas de meios de locomoção, de combustíveis alternativos e da eletrificação das frotas.





Aqui, alguns dos principais números da Automechanika Shanghai 2023 demonstram a grandeza do evento.

• Visitantes presenciais: 185.284 vindos de 177 países e regiões; representando um aumento de 16% e 19% em relação aos recordes históricos obtidos anteriormente.

• Expositores: 5.652 de 41 países e regiões.

• Área do pavilhão de exposições: mais de 300.000 m².

• Eventos marginais: 77 entre palestras, workshops, debates etc.

• Pavilhões: 16, de países e regiões diferentes.

• Visitas online via AMS Live: mais de 870 mil visualizações de páginas.

Fiona Chiew, diretora-geral da Messe Frankfurt (HK) Ltd, encantada com os resultados, comentou: "O esmagador crescimento dessa participação indica a importância contínua deste evento da indústria automotiva, não apenas para a China, mas também de forma global, fornecendo uma porta de entrada para informações, intercâmbio, marketing, comércio e educação."

De fato, com o regresso à normalidade das viagens internacionais, o número de visitantes estrangeiros atingiu novos recordes.

A feira teve a maior visitação de países e regiões, incluindo Malásia, Taiwan, Índia, Coreia do Sul, Turquia, Tailândia, Brasil, Emirados Árabes Unidos, Austrália e Alemanha (em ordem decrescente). "Olhando para o futuro, acreditamos firmemente que o nosso papel e apoio irão se expandir à medida que antecipamos um florescimento de colaboração em todo o ecossistema. Esta maior integração será impulsionada pelo reconhecimento da comunidade global da transição energética em curso e da inevitável mudança para a eletrificação e a conectividade", acrescentou Chiew.

Li Zhang, gerente-geral da China National Machinery Industry International Co. Ltd., comentou sobre a cobertura

de exposições de classe mundial: "Reconhecemos que os participantes do mercado usarão as inovações globais da Automechanika Shanghai para fazer avançar ainda mais a indústria automotiva global. No mercado chinês, esperamos ver outro salto na produção e nas vendas de NEV de mais de 13 milhões de unidades na medida em que a infraestrutura de carregamento do país e as políticas governamentais de apoio acelerem a adoção. Além disso, o rápido progresso da IA, da tecnologia de sensores e da conectividade traçará um caminho natural para a maior autonomia, segurança e eficiência dos veículos.

No futuro, assumiremos mais responsabilidades na promoção do desenvolvimento avançado da indústria automotiva, continuando a fornecer melhores serviços de feiras comerciais".

Nesse sentido, todas as áreas do Innovation4Mobility Showcase revelaram-se imensamente populares, com os visitantes explorando cuidadosamente as vitrines de produtos e sintonizando a variedade de apresentações. O palco principal do Innovation4Mobility, contendo uma área de fórum, lounge de networking, arena para startups e vitrine de produtos, revelou avanços na fabricação, na cadeia de valor de NEV e veículos conectados e na sustentabilidade.

Empresas líderes, como Ambarella, Nanyue, VIE e Fulin Precision exibiram produtos relacionados ao hidrogênio, chips automotivos, novos sistemas de energia para veículos, matérias-primas para baterias de energia e carregamento sem fio. Além disso, a Área de Mobilidade Futura apresentou avanços em NEVs, tecnologia de hidrogênio, conectividade avançada e direção autônoma, apresentados por Dongfeng Huashen, Dongshi, Hyvitech e Youkong.

A 19ª edição da Automechanika Shanghai acontecerá de 2 a 5 de dezembro de 2024.

Para mais informações acesse:
https://automechanikaShanghai.hk.messefrankfurt.com/shanghai/en/planning-preparation/visitors.html

Nasce o Instituto Autop

Entidade tem o objetivo de desenvolver profissionais com excelência, ética, disciplina e compromisso com o setor

Foi fundado no último dia 9 de janeiro o Instituto Autop, com o objetivo de estabelecer-se como referência na formação de mão de obra para o setor automotivo brasileiro, com uma visão que transcende o saber técnico.

Na Assembleia Geral que definiu a aprovação da constituição do Instituto, foi consolidada a missão clara de desenvolver profissionais éticos e globalmente conscientes. "O Instituto Autop visa preencher lacunas de habilidades no mercado automotivo, destacando-se pela busca incessante da excelência educacional e pela capacidade de se adaptar às demandas em constante evolução. Objetivos estratégicos foram delineados, abrangendo parcerias inovadoras e programas adaptáveis", ressalta o Instituto.

"Estamos realizando um grande sonho, deixando um legado e servindo como um farol de excelência na formação profissional. Nosso foco é atender as demandas do setor e fechar parcerias estratégicas para concretizar esse legado", enfatiza o presidente do Instituto Autop, Ranieri Leitão.

O recém-criado Instituto também abraçou os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), integrando princípios éticos em seu currículo. Desde a redução das desigualdades até o estímulo ao crescimento econômico, a instituição busca efetuar impactos positivos em escala global.

O compromisso ético é sustentado por uma abordagem holística, promovendo responsabilidade social e ambiental. "Nossa missão ultrapassa o aspecto técnico. Buscamos desenvolver líderes éticos, conscientes do impacto global de suas ações", afirma Leitão.

"Ao comprometer-se em desenvolver profissionais com ética e consciência global, o Instituto Autop emerge como uma instituição de ensino que não apenas responde às necessidades do mercado, mas também contribui significativamente para um futuro mais ético, justo e sustentável", conclui o Instituto, em comunicado divulgado à imprensa.

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.

Atividade		Faturamento real ago/23*	Faturamento real ago/22*	Diferença 2023/2022 em R$ mil	Contribuições em p.p.
Estado de São Paulo	Autopeças e acessórios	3.060.196	2.732.768	327.428	0,3
	Concessionárias de veículos	11.768.468	9.940.436	1.828.033	1,8
Capital	Autopeças e acessórios	945.938	809.166	136.772	0,5
	Concessionárias de veículos	4.636.472	3.982.138	654.334	2,2
ABCD	Autopeças e acessórios	122.032	127.039	-5.007	-0,1
	Concessionárias de veículos	734.474	644.376	90.098	1,8
Araçatuba	Autopeças e acessórios	68.575	66.957	1.618	0,1
	Concessionárias de veículos	127.501	105.322	22.180	1,4
Araraquara	Autopeças e acessórios	77.613	69.185	8.428	0,3
	Concessionárias de veículos	293.584	244.728	48.856	1,8
Bauru	Autopeças e acessórios	163.867	134.385	29.482	1,0
	Concessionárias de veículos	295.851	279.715	16.136	0,6
Campinas	Autopeças e acessórios	424.764	396.203	28.560	0,3
	Concessionárias de veículos	1.663.154	1.258.048	405.106	4,4
Guarulhos	Autopeças e acessórios	267.081	205.926	61.155	1,1
	Concessionárias de veículos	278.688	238.717	39.971	0,7
Jundiaí	Autopeças e acessórios	144.313	134.941	9.372	0,2
	Concessionárias de veículos	430.639	369.256	61.383	1,0
Litoral	Autopeças e acessórios	101.117	96.000	5.117	0,1
	Concessionárias de veículos	413.449	368.815	44.634	1,2
Marília	Autopeças e acessórios	61.943	69.563	-7.620	-0,4
	Concessionárias de veículos	144.628	119.047	25.581	1,2
Osasco	Autopeças e acessórios	57.418	56.138	1.280	0,0
	Concessionárias de veículos	325.018	276.960	48.059	0,5
Presidente Prudente	Autopeças e acessórios	44.676	36.077	8.599	0,6
	Concessionárias de veículos	137.322	113.304	24.017	1,8
Ribeirão Preto	Autopeças e acessórios	276.766	258.890	17.876	0,3
	Concessionárias de veículos	770.495	655.880	114.615	1,9
São José do Rio Preto	Autopeças e acessórios	100.260	87.312	12.948	0,4
	Concessionárias de veículos	342.373	308.192	34.181	1,0
Sorocaba	Autopeças e acessórios	116.359	107.911	8.448	0,1
	Concessionárias de veículos	656.941	550.457	106.484	1,8
Taubaté	Autopeças e acessórios	87.474	77.074	10.400	0,2
	Concessionárias de veículos	517.880	425.482	92.398	2,0

	Faturamento real (a preços de jan/08)	Faturamento real (a preços de ago/23)	
	1.257.530.882 4.836.033.910	3.060.196.184 11.768.468.454	**Estado de São Paulo**
	388.715.548 1.905.272.140	945.937.674 4.636.471.849	**Capital**
	50.146.788 301.818.350	122.032.000 734.473.703	**ABCD**
	28.179.666 52.394.315	68.575.100 127.501.347	**Araçatuba**
	31.893.488 120.643.028	77.612.671 293.584.309	**Araraquara**
	67.338.209 121.574.435	163.867.252 295.850.882	**Bauru**
	174.548.812 683.442.146	424.763.809 1.663.153.626	**Campinas**
	109.752.048 114.521.774	267.081.154 278.688.261	**Guarulhos**
	59.302.642 176.963.061	144.312.732 430.638.875	**Jundiaí**
	41.552.208 169.899.228	101.117.126 413.449.067	**Litoral**
	25.454.255 59.432.087	61.942.823 144.627.738	**Marília**
	23.595.004 133.560.242	57.418.345 325.018.294	**Osasco**
	18.358.614 56.429.791	44.675.611 137.321.663	**Presidente Prudente**
	113.731.825 316.620.734	276.765.925 770.495.243	**Ribeirão Preto**
	41.200.108 140.691.669	100.260.293 342.372.593	**São José do Rio Preto**
	47.815.730 269.957.843	116.359.381 656.941.291	**Sorocaba**
	35.945.937 212.813.066	87.474.288 517.879.712	**Taubaté**

Takao destaca os riscos no superaquecimento para a junta e o cabeçote do motor

Uma trinca ou o empeno no cabeçote de motor assim como uma junta de cabeçote queimada podem causar graves problemas ao motorista, destaca a Takao, marca de componentes para motor comercializada pela Goop Distribuidora. Os sintomas de um cabeçote com trinca ou empenado e de uma junta de vedação danificada são semelhantes. Por isso, é necessário ficar atento aos possíveis indícios, tais como: superaquecimento do motor; baixo nível do fluido de arrefecimento; fumaça branca saindo do escapamento; borbulha do fluido no radiador e no depósito de expansão; falhas na ignição e no funcionamento do motor, entre outros.

Como as causas da queima da junta, da trinca e do empeno do cabeçote são semelhantes, a única maneira de fazer um diagnóstico definitivo é remover o conjunto e realizar uma inspeção visual apurada. Em muitos casos, o cabeçote precisará ser enviado para uma retífica, para a realização de um teste de pressão para determinar se há rachaduras,

empenamento ou outras avarias. Somente após isso, será possível tomar a decisão sobre quais reparos são necessários. “A realização de revisões preventivas, de acordo com o manual do fabricante, é ainda a melhor maneira de se evitar riscos à integridade do veículo. Muitas panes severas começam com pequenas falhas que poderiam ter sido solucionadas em uma simples revisão de rotina”, explica Marlon Silva, coordenador técnico da Takao.

Setor público teve déficit de R$ 249 bilhões no ano passado

O déficit primário consolidado do setor público em 2023 ficou em R$ 249,1 bilhões, o que corresponde a 2,29% do PIB. O resultado foi diretamente influenciado pela antecipação do pagamento de R$ 92,4 bilhões em precatórios no mês de dezembro. Só no último mês do ano, o déficit ficou em R$ 129,6 bilhões. Em 2022, o resultado final do ano foi um superávit de R$ 126 bilhões (1,25% do PIB). O peso dos precatórios para o resultado consolidado do setor público em 2023 decorre da decisão do governo federal em pagar os atrasados deixados pelo governo anterior.

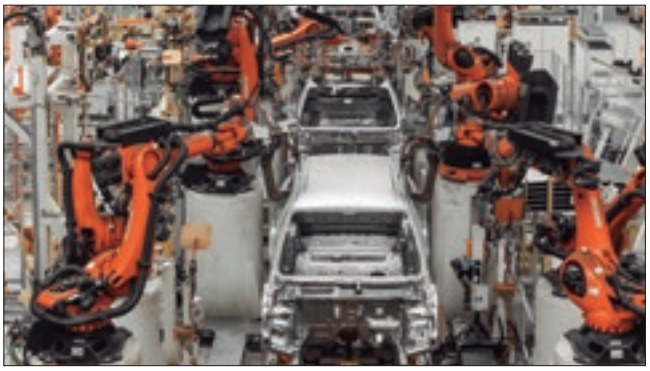
“Esse resultado é expressão de uma decisão que o governo tomou de pagar o calote que foi dado, tanto em precatórios quanto nos governadores em relação ao ICMS sobre combustíveis. Desses R$ 230 bilhões, praticamente metade é pagamento de dívida do governo anterior, que poderia ser prorrogada para 2027 e que nós achamos

que não era justo com quem quer que fosse o presidente na ocasião”, disse recentemente o ministro da Fazenda, Fernando Haddad.

Fonte: Agência Brasil

Alckmin diz que setor automotivo receberá R$ 100 bilhões até 2029

O setor automotivo brasileiro deverá receber cerca de R$ 100 bilhões em investimentos nos próximos anos. O número, apresentado por representantes da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea) ao vice-presidente da República e ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), Geraldo Alckmin, foi divulgado pelo ministro em entrevista à Empresa Brasil de Comunicação (EBC).



"Na reunião que tive com representantes da Anfavea, foi anunciada a expectativa de investimenro num total de R$ 100 bilhões nos próximos anos, provavelmente até 2028 ou 2029. Tanto em veículos leves como pesados, como ônibus e caminhões. Tanto em motores à combustão como etanol, total flex, híbridos e elétricos", disse Alckmin. Segundo o vice-presidente, "será um investimento recorde", que resultará na construção de, pelo menos, quatro fábricas no País. Alckmin lembrou ainda que o setor automotivo tem, entre suas vantagens, a de estimular uma cadeia longa de produtos que favorecem desde as indústrias do aço e de vidro, até de pneus e autopeças, "gerando muito emprego e agregando muito valor".

Fonte: Agência Brasil

Abertura de micro e pequenas empresas tem alta de 6,6% em 2023

O Brasil registrou a abertura de 859 mil micro e pequenas empresas em 2023, uma alta de 6,62% em relação ao ano anterior, quando foram criados 805,6 mil empreendimentos. Os números apontam para uma média de 2,3 mil novos negócios desse porte abertos por dia, segundo levantamento do Sebrae com base no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) da Receita Federal. No caso das novas microempresas (ME), categoria que fatura até R$ 360 mil por ano, o salto foi de 674,5 mil para 715 mil, de 2022 para 2023. Já as novas empresas de pequeno porte (EPP), cujo faturamento anual vai de R$ 360 mil ao teto de R$ 4,8 milhões, passaram de 131 mil para 143,7 mil no mesmo período.

Na análise temporal mais longa, é possível ver o incremento sustentável de micro e pequenas empresas no Brasil. Para o presidente do Sebrae, Décio Lima, o significativo crescimento do número de novas microempresas e empresas de pequeno porte é demonstrativo da melhora da economia brasileira. "Os números mostram que os empreendedores se sentem mais confiantes com os rumos da nossa economia. Eles estão mais motivados a entrar no mundo do empreendedorismo com investimentos e fazendo a economia girar", avalia.

Fonte: Sebrae

Sebrae defende “rampa de transição” para o microempreendedor individual

O governo federal elegeu, como um dos temas prioritários na agenda do Congresso Nacional este ano, a adoção de medidas para incrementar as políticas públicas e estratégias voltadas aos empreendedores brasileiros. Entre elas, um dos principais destaques é a criação da chamada “rampa de transição” para facilitar e estimular o processo de transformação de Microempreendedores Individuais (MEI) em Microempresas (ME). O presidente do Sebrae, Décio Lima, antecipou que a instituição vai trabalhar em parceria com o Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte em favor da implementação dessa política.

“A transição do microempreendedor individual para o Simples Nacional é um processo há muito esperado. É fundamental cuidar e apoiar os MEI com uma transição gradual, de modo que eles possam crescer e se desenvolver sem medo. Essa rampa de transição vai permitir as condições necessárias para que eles expandam os seus negócios, gerando mais renda e

empregos, fortalecendo a nossa economia”, comenta Lima. Além de cuidar da transição de MEI para microempresa, o presidente do Sebrae antecipa que a instituição, em parceria com o governo federal, está preparando um conjunto de outras medidas para 2024.

Fonte: Sebrae

SKF lança nova embalagem para o mercado de reposição automotiva

A SKF lançou no Brasil um novo design de embalagem para os produtos do mercado de reposição automotiva, enfatizando a cor azul, característica da SKF, ao mesmo tempo em que incorpora um layout mais limpo e direto. Como parte da estratégia de lançamento da nova embalagem, a SKF realizou uma pesquisa global com clientes e levou em consideração seus comentários no desenvolvimento do novo conceito da caixa.

“Incorporamos um QR code que permite aos nossos clientes acessar diretamente o site de reposição automotiva da SKF, onde podem verificar se o produto é adequado para seu veículo, acessar a linha completa de produtos e solicitar suporte técnico. Nossas novas embalagens refletem nosso compromisso de torná-las facilmente reconhecidas por nossos clientes. Sempre colocamos o consumidor no centro do que fazemos e acreditamos que

cada elo na cadeia produtiva importa. Estamos buscando um alinhamento ainda mais próximo com os clientes finais, ouvindo suas necessidades”, afirma Michel Vences, diretor comercial de Aftermarket Automotivo América Latina da SKF.

Monroe celebra parceria com Instituto Ayrton Senna

A DRiV, divisão do grupo Tenneco, e o Instituto Ayrton Senna, uma das mais respeitadas e reconhecidas instituições brasileiras, voltada à promoção da inclusão social por meio da educação, celebram uma parceria inédita que promete impactar positivamente a vida de muitos estudantes em todo o País.

Nesse sentido, através das marcas Monroe (que comemora 50 anos de Brasil), e Monroe Axios (há 65 anos atuando no País), a DRiV se associa ao legado de 29 anos do Instituto Ayrton Senna, destinando parte de todas as vendas geradas durante o ano para iniciativas realizadas pela instituição. "É uma honra e uma imensa satisfação, no ano em que comemoramos 50 anos da Monroe e 65 anos da Monroe Axios, termos a oportunidade de apoiar ativamente as ações realizadas pelo Instituto Ayrton Senna. Sua relevância no campo da educação é imensa, tendo por quase três décadas contribuído com o desenvolvimento do ensino público e com a capacitação de novos profissionais para a formação de jovens cidadãos", comemora Daniel Fabbris Neto, diretor Nacional de Vendas da DRiV Tenneco.

Stellantis junta-se à Forvia e à Michelin como acionista igualitária na Symbio

A Stellantis N. V. informou ter concluído sua compra de 33,3% da Symbio, líder em mobilidade de hidrogênio de emissão zero. FORVIA e Michelin também são acionistas igualitários. De acordo com a marca, o anúncio é um passo significativo na descarbonização da indústria de mobilidade e ilustra a excelência tecnológica da Symbio em inovações de células de combustível de hidrogênio. A adição da Stellantis como acionista impulsionará o desenvolvimento da Symbio na Europa e nos EUA.

A aquisição de uma participação igualitária na Symbio reforça a posição da Stellantis em veículos movidos a hidrogênio, apoiando a produção de vans com célula de combustível na França, e também serve como um complemento para o crescente portfólio de veículos elétricos a bateria da empresa.

Para um mundo melhor e + sustentável

Montamos uma linha exclusiva com produtos ecológicos para você!

21093
Caderno A5 com capa dura

22025
Kit escritório

16082
Esferográfica em bambu

46089
Carregador portátil em bambu

41068
Fones de ouvido

BC91130
Necessaire

BC9028
Mochila

BC9027
Mochila

BC91125
Necessaire

FAÇA SEU ORÇAMENTO

comercial@branbrindes.com.br
www.brandbrindes.com.br
(11) 95328-1316
(11) 2600-1022

brandbrindes

89130
Marmita hermética em fibra de bambu

71137
Copo de viagem

70225
Squeeze de vidro

80048
Kit churrasco

86009
Kit vinho

83021
Tábua de queijos em bambu com faca

86128
Porta copos com abridor em bambu

70211
Squeeze em bambu e aço inox

Zinni & Güell
Indústria de Auto Peças Ltda.

GRANDES LANÇAMENTOS 2023

Máquina Elétrica
R-7546 Corolla

Máquina Manual
R-1467 Palio Attractive / Grand Siena

Máquina Elétrica
R-5252 Cargo C-816 C1119

Máquina Elétrica
R-7535 HD80

Máquina Elétrica
R-7408 C3

Máquina Elétrica
R-5152 Transit

A Instalação perfeita para seu veículo.

Máquinas de vidro Manuais e Elétricas - Fechaduras - Fechos de capô - Dobradiças de capô para as mais diversas linhas!

Linha Leve

Linha Van

Linha Pesada

Qualidade

Garantia

Entrega Rápida

Linha Completa máquinas de vidro

/ind.zinniguell/

/zinnieguell/

YouTube zinni e guell

zinnieguell.com.br