



# MERCADO AUTOMOTIVO

ANO 31  
Nº 309  
APOIO

**ANDAP**  
Associação Nacional dos Distribuidores de Automóveis

SEU CANAL DE COMUNICAÇÃO COM A REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA

CAPA

## INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E ATENDIMENTO HUMANIZADO

Especialistas indicam as melhores formas de mesclar as duas estratégias em meio à experiência do consumidor

[ pág. 20 ]

ECONOMIA

## COPOM REDUZ JUROS BÁSICOS DA ECONOMIA PARA 10,75% AO ANO E ENTIDADES RECLAMAM POR MAIS OUSADIA [ pág. 14 ]




ENTREVISTA DIRETOR COMERCIAL DO BRASIL E AMÉRICA LATINA DA DIVISÃO DE REPOSIÇÃO DO GRUPO RHEINMETALL, LUÍS LIPAY AVALIA OS PRINCIPAIS DESAFIOS DE SUAS MARCAS NO MERCADO **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](http://WWW.SEMINARIOAUTOMOTIVO.COM.BR)

# PATROCINADORES 2023

MASTER EXCLUSIVE



**Pellegrino**



MASTER



**MAHLE**



PREMIUM



**Delphi**



**Valeo**

**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

**ANDAP**

**Asdap**

**SICAP**

**SINCOPEÇAS**



**Sindirepa**

ORGANIZAÇÃO





### Inteligência artificial e humanização não precisam ser antagônicos



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

O uso da inteligência artificial por empresas dos mais variados portes tornou-se uma realidade no Brasil nos últimos anos e levantou uma discussão a respeito de “abandonar” o atendimento humanizado de modo a diminuir custos. Nesta edição, em sua matéria de capa, a *Mercado Automotivo* consulta especialistas que defendem o uso equilibrado e conjunto das duas estratégias.

É inegável que a tecnologia simplifica processos e consequentemente permite uma redução significativa nos gastos cotidianos das companhias, mas o aspecto humano mantém-se como um diferencial incomparável quando falamos em cenários de atendimento e pós-vendas, por exemplo.

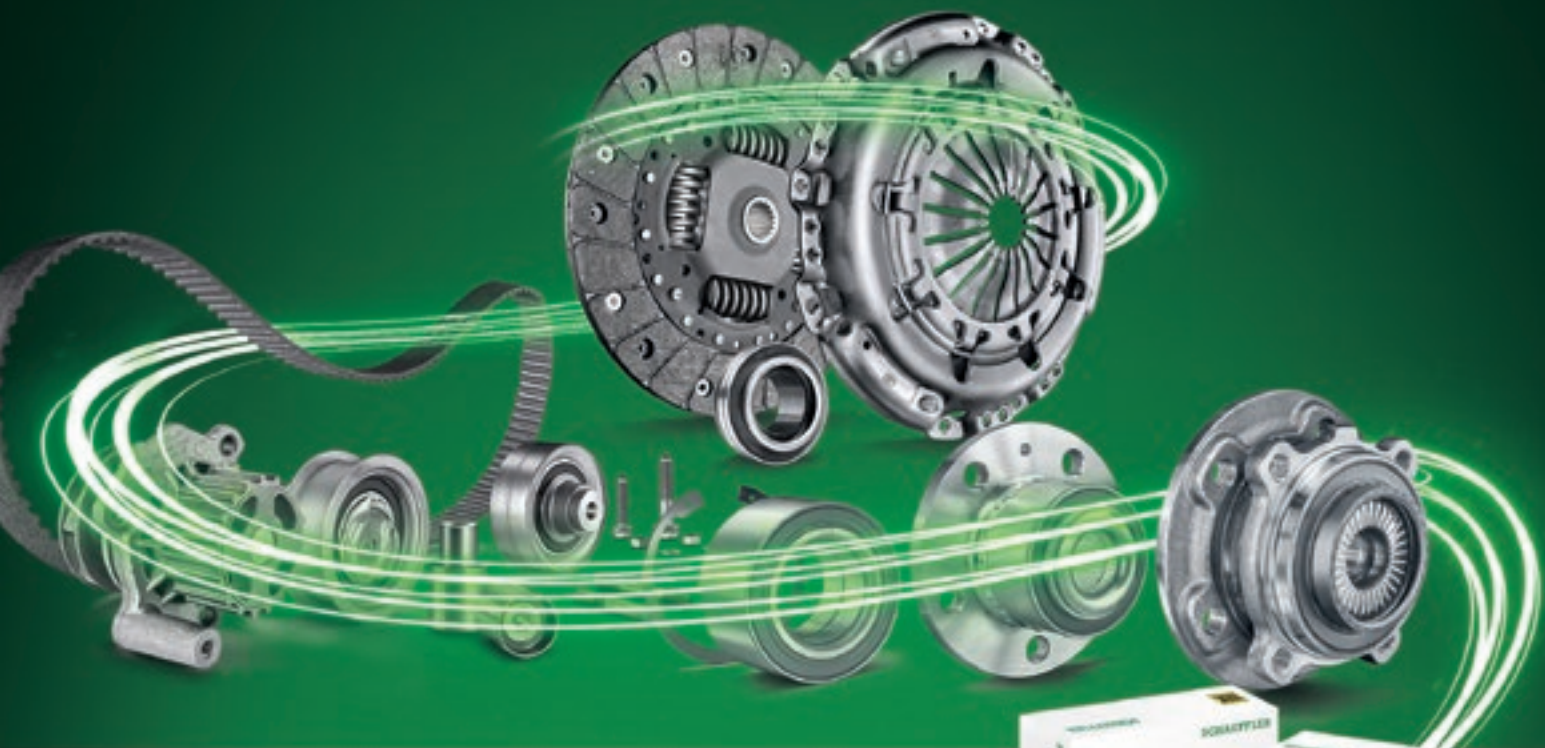
O uso inadequado e desestruturado da inteligência artificial nos negócios tende a gerar muito mais prejuízos do que benefícios, especialmente quando falamos de um setor como o da reposição automotiva. O conhecimento técnico é essencial, mas o atendimento humanizado e empático faz toda a diferença quando lidamos com demandas que envolvem diversas partes e que prezam pela agilidade e confiança. Confira essa discussão na reportagem de capa a seguir.

Na entrevista, conversamos com Luís Lipay, diretor Comercial do Brasil e América Latina da Divisão de Reposição do Grupo Rheinmentall, que comercializa os produtos das marcas KS e Pierburg no mercado de reposição.

Boa leitura!

Até breve!

# SOMOS SCHAEFFLER



Há mais de 75 anos a Schaeffler é uma força pioneira no campo da tecnologia de movimento. Com as marcas LuK, INA e FAG, atende as principais necessidades do mercado, desenvolvendo componentes, sistemas e serviços para veículos de passeio, comerciais leves e pesados, além de motocicletas e tratores, com qualidade superior e fabricação de alta precisão. Somos Qualidade e Tecnologia. Somos **Schaeffler**.



0800 011 10 29  15 99798.6385

[aftermarket.schaeffler.com.br](https://aftermarket.schaeffler.com.br)

 [rexpert.com.br](https://rexpert.com.br)

**SCHAEFFLER**

# ÍNDICE



## 10 ENTREVISTA

Luís Lipay, diretor Comercial do Brasil e América Latina da Divisão de Reposição do Grupo Rheinmetall, analisa o segmento e seus principais gaps atualmente



## 14 ECONOMIA

Copom reduz juros básicos da economia, mas a expectativa é que o ciclo de cortes seja pausado em junho

## 18 IQA - INSTITUTO DA QUALIDADE AUTOMOTIVA

Qualidade na organização: o papel essencial da liderança

## 20 MATÉRIA DE CAPA

Inteligência artificial e humanização para encantar o mercado



## 24 ARTIGO

Os investimentos cada vez mais altos para desenvolvimento de IA e seus malefícios! Será que eles existem?

## 28 MATÉRIA ESPECIAL

G&B destaca inovações do Dropshipping

## 30 ARTIGO

Como separar as finanças pessoais das contas da empresa: 8 dicas

## 36 PESQUISA

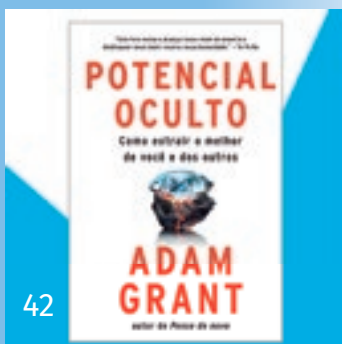
Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista do Estado de São Paulo

## 38 ARTIGO

Cinco dicas para melhorar a experiência do usuário em apps

## 42 CULTURA

Em livro, especialista ensina táticas para explorar seu potencial oculto



## 44 NÚMEROS DO SETOR

Confira os últimos dados do setor automotivo divulgados pela Anfavea

## 46 FLASH

# Junta de Motor é Victor Reinz



Use a original, importada da Alemanha.

## LANÇAMENTO

- Líder na Europa há mais de 100 anos
- Fornecedor original na Europa, Estados Unidos e no Brasil
- Primeiro fabricante de Juntas de Multicamadas (MLS)
- Para Caminhões Leves, Pesados, Utilitários (Vans, Furgões e VUCs) e Ônibus



### Conheça o **Reinzosil**

A cura imediata em vedação que dura 24 meses na prateleira.



### Conheça também o **Reinzoplast**

Vedação confiável, que não racha sob vibração e pressão.



[victorreinz.com.br](http://victorreinz.com.br)





# 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



## 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 março e abril de 2024.

SEMINÁRIO DA  
**REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA**



# NTN

Make the world **NAMERAKA**

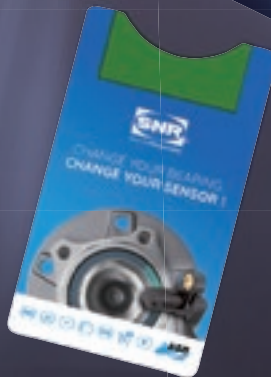
## A INOVAÇÃO COMEÇA AQUI!



Venha nos visitar e ficar por dentro das principais novidades!

 **8 a 11 de maio 2024**

 **Stand J80**  
**Expotrade - Pinhais/PR**



**NTN**



Brands of  
**NTN Group**

# Experiência e conhecimento de décadas



Com mais de 30 anos de experiência no setor automotivo e mais de 20 anos de atuação na Motorservice, o executivo Luís Lipay tem uma ampla e rica avaliação do mercado, seus gaps e principais desafios daqui em diante.

Lipay é diretor Comercial do Brasil e América Latina da Divisão de Reposição do Grupo Rheinmetall, que comercializa os produtos das marcas KS e Pierburg no mercado de reposição. Confira a seguir a íntegra de sua entrevista à revista **Mercado Automotivo**.

**Mercado Automotivo** – A Motorservice, que comercializa as marcas KS e Pierburg, é uma das empresas que mais investem atualmente na capacitação de profissionais do setor da reposição automotiva no Brasil. Por quê? Qual é a importância de seguir investindo neste tema?

**Luís Lipay** – Para nós, colaborar na capacitação dos profissionais de reparação é um compromisso que assumimos para contribuir com o desenvolvimento

do mercado. Temos o Centro de Treinamento em Nova Odessa (SP) com programação anual de cursos, além de realização de treinamentos presenciais e on-line em parceria com entidades e distribuidores para levar conhecimento e atualização das novas tecnologias em motores para veículos leves e pesados, utilitários e agrícolas. Não basta apenas apresentar lançamentos ao mercado, existe a necessidade de levar conhecimento técnico e orientação de aplicação e manutenção, procurando garantir assertividade



nos serviços de reparação. Utilizamos nossos canais nas redes sociais com vídeos que contam com a participação da nossa equipe técnica e também dos influenciadores parceiros para esclarecer dúvidas que são apresentadas pelos reparadores, muitas delas inclusive recebidas no dia a dia através do nosso 0800.

**MA – Nos últimos 10 anos, a capacitação de profissionais em diversos setores passou a ser feita também de forma virtual ou através de outros formatos, diante das diferentes demandas que chegaram desses profissionais. Como a empresa lida com essas mudanças no cenário de capacitação?**

LL – Há algum tempo já disponibilizamos para os nossos clientes, além dos treinamentos presenciais, o formato on-line e híbrido. Além de investirmos constantemente na atualização e no compartilhamento de conteúdo através das nossas redes sociais, como YouTube, e de forma inédita somos a primeira subsidiária do Grupo a ter um canal no Instagram regional. O canal foi lançado em outubro do ano passado com muito conteúdo e com uma significativa participação e interação dos profissionais do mercado. O canal com menos de seis meses já conta mais de 7 mil seguidores.

**MA – Lipay, você já tem mais de 20 anos de atuação na Motorservice, certo? Em sua opinião, quais foram as principais mudanças enfrentadas pelo setor de reposição automotiva no Brasil nessas últimas duas décadas?**

LL – Sim, já atuo há mais de 30 anos no setor automotivo e estou na Motorservice desde 2002. De forma geral, vejo que o nosso mercado vem evoluindo e se reinventando sempre. O mercado de reposição brasileiro é um exemplo da capacidade de superação, geração de emprego e bons resultados mesmo perante as inúmeras crises econômicas e políticas já enfrentadas pelo nosso país. Não posso deixar de mencionar a pandemia, que foi um acelerador de muitas mudanças, e que, junto com as novas tecnologias vêm mudando tanto a nossa forma de nos relacionar, como de capacitar

as pessoas e até mesmo de comercializar os nossos produtos. Podemos citar alguns exemplos como os eventos e treinamentos on-line, híbridos e a venda de peças pelas plataformas digitais. Outro fator muito relevante de mudança é em relação à diversificação da frota, as tecnologias empregadas em seus componentes e os novos conceitos de mobilidade. E para que o nosso mercado consiga acompanhar toda essa transformação e evolução tecnológica, as empresas precisam investir constantemente em tecnologia e capacitação tanto dos seus profissionais, como os da ponta.

**MA – O que a pandemia de Covid-19 trouxe de mudanças para o relacionamento entre as marcas e o mecânico? No seu entendimento, esse relacionamento passou a ser mais direto, mais objetivo?**

LL – Com todas as dificuldades impostas pelo isolamento social que refletiram em diversos problemas em todas as áreas, aprendemos que, mesmo não estando fisicamente presentes, o mais importante é sempre permanecer atento ao cliente e suas demandas e manter-se ativo na entrega de soluções. O que ficou de toda essa situação é que um relacionamento sólido e construído na base da confiança e transparência é capaz de superar os fatores adversos e imprevistos e até mesmo fortalecer as parcerias.

**MA – É possível dizer que 2023 foi o primeiro ano, de fato, pós-pandemia. Ou seja, com vacinação consolidada e isolamento social praticamente superado. Qual o balanço que você faz dos resultados obtidos pela empresa em 2023?**

LL – O mercado de reposição continuou aquecido em 2023, o que foi muito bom. Devido ao aumento da demanda e à ampliação da nossa participação no mercado, a operação no Brasil ganha ano a ano expressivo grau de relevância no mercado brasileiro e na América Latina.

**MA – Qual é a importância do mercado de reposição brasileiro para a Motorservice? É possível aumentar essa fatia de negócios?**

LL – O Brasil e a América Latina são mercados consolidados. Pela última referência que temos, estima-se que a frota brasileira esteja entre a sexta maior do mundo. Portanto, o Brasil é o foco dos nossos negócios na venda e distribuição da linha hardparts e mecânica com as marcas KS e Pierburg. O nosso objetivo é seguir nos próximos anos investindo para disponibilizar ao mercado de reposição um amplo e diversificado portfólio, com produtos de alta qualidade, e também na capacitação de todos os elos da cadeia.

**MA – Ainda nesse sentido, qual é o peso da América Latina para a empresa? As expectativas são positivas para os próximos 5 anos?**

LL – A América Latina é um importante mercado para a companhia e o Brasil é ponto focal desta operação. Por isso, temos uma ampla estrutura para suportar a expansão dos negócios e a implantação de processos padronizados da matriz da Alemanha para dar impulso e atender a demanda do mercado.

**MA – Qual seria, em sua avaliação, o gargalo mais urgente para o setor do aftermarket no Brasil?**

LL – O reparador, que tem o carro na oficina para manutenção, precisa da peça no menor tempo possível. Considerando a diversificação de marcas e modelos de veículos da frota, que envolvem milhares de aplicações, o desafio é ter na ponta a peça específica com qualidade e alto desempenho, além de proporcionar informações em tempo real para garantir a melhor forma de utilização e aplicação dos produtos.

Com toda essa complexidade para atender a frota circulante, há uma exigência maior da área de logística para atender as necessidades de cada um deles.

**MA – Qual é o impacto dos veículos elétricos para a reposição automotiva do Brasil atualmente? O movimento ainda é incipiente ou já dedica maior atenção?**

LL – No Brasil, com a tecnologia do etanol, combustível de energia limpa, o avanço do carro elétrico tende a ser mais lento do que em países da Europa, por

exemplo. Mas, independentemente do ritmo, os veículos elétricos e principalmente os híbridos, já estão presentes na nossa frota, mesmo que em menor escala, demandando uma capacitação profissional e equipamentos específicos. É muito importante que o setor de reparação esteja preparado para atender a essa nova demanda. Iniciativas como o programa de pós-graduação em veículos híbridos e elétricos da Faculdade Senai-SP Ipiranga, lançado no final de 2023, para formar especialistas com uma visão atualizada dos conceitos gerais da eletromobilidade e das tecnologias disponíveis nestes veículos, são muito bem-vindas.

Como uma empresa especialista e tradicional em componentes para motor a combustão com a marca Kolbenschmidt (KS), há alguns anos temos investido fortemente na linha de produtos mecânicos que comercializamos com a marca Pierburg, itens voltados para a circulação de água e ar e refrigeração térmica e que se aplicam tanto nos motores modernos elétricos e híbridos, como também em alguns modelos convencionais movidos a gasolina, diesel e flex.

Portanto, considero que somos um exemplo de como a cadeia produtiva está se adequando a essa nova realidade, se movendo através da ampliação de portfólio, apoio e participação em encontros e eventos que promovam o conhecimento técnico sobre eletrificação e se atualizando às novas tecnologias aplicadas nesses novos motores, para continuar atendendo com excelência e qualidade o mercado de reposição.

Muito embora o mercado de reposição comece a se preparar para as novas tecnologias de mobilidade, seguindo a evolução tecnológica, a frota, que em 2023 deve ter ultrapassado os 47 milhões de veículos, tende a aumentar e ainda será predominante nas próximas décadas no Brasil. ■

RESPEITE QUEM TE RESPEITA!



# SALVE O VAREJO

Você e sua loja, devem estar preparados para fazer frente às ameaças e transformá-las em oportunidades para crescimento.

Conte com a gente!

Com apoio:



sincoPeças<sub>SP</sub>



Fecomércio

loja do  
FUTURO

Confira agora



# Copom reduz juros básicos da economia para 10,75% ao ano

Expectativa é que o ciclo de cortes seja pausado em junho; entidades criticam

O comportamento dos preços fez o Banco Central (BC) cortar os juros pela sexta vez seguida. Por unanimidade, o Comitê de Política Monetária (Copom) reduziu a taxa Selic, juros básicos da economia, em 0,5 ponto percentual, para 10,75% ao ano. A decisão era esperada pelos analistas financeiros.

Em comunicado, o Copom informou que deverá fazer apenas mais uma redução de 0,5 ponto na próxima reunião, em maio, o que aumenta a chance de a autoridade pausar o ciclo de cortes a partir de junho. Nos textos anteriores, o órgão indicava que prosseguiria com as reduções “nas próximas reuniões”.

Segundo o comunicado, o cenário para a inflação permanece inalterado, com riscos tanto de alta como

de baixa. Entre os fatores que podem elevar a inflação, estão a persistência das pressões inflacionárias globais e o aquecimento do setor de serviços. Entre os possíveis fatores de queda, estão a desaceleração da economia global maior que a projetada e impactos mais fortes que o esperado das altas de juros em outros países.

A taxa chegou ao menor nível desde março de 2022, quando também estava em 10,75% ao ano. De março de 2021 a agosto de 2022, o Copom elevou a Selic por 12 vezes consecutivas, num ciclo de aperto monetário que começou em meio à alta dos preços de alimentos, de energia e de combustíveis. Por um ano, de agosto de 2022 a agosto de 2023, a taxa foi mantida em 13,75% ao ano por sete vezes seguidas.



Antes do início do ciclo de alta, a Selic tinha sido reduzida para 2% ao ano, no nível mais baixo da série histórica iniciada em 1986. Por causa da contração econômica gerada pela pandemia de Covid-19, o Banco Central tinha derrubado a taxa para estimular a produção e o consumo. A taxa ficou no menor patamar da história de agosto de 2020 a março de 2021.

### Inflação

A Selic é o principal instrumento do Banco Central para manter sob controle a inflação oficial, medida pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA). Em fevereiro, o indicador ficou em 0,83% e acumula 4,5% em 12 meses. Após sucessivas quedas nos últimos meses, a inflação voltou a subir levemente por causa de alimentos e de serviços de educação.

O índice em 12 meses está exatamente no teto da meta de inflação. Para 2024, o Conselho Monetário Nacional (CMN) fixou meta de inflação de 3%, com margem de tolerância de 1,5 ponto percentual. O IPCA, portanto, não podia superar 4,5% nem ficar abaixo de 1,5% neste ano.

No Relatório de Inflação, divulgado no fim de dezembro pelo Banco Central, a autoridade monetária manteve a estimativa de que o IPCA fecharia 2024 em 3,5% no cenário-base.

As previsões do mercado estão mais otimistas que as oficiais. De acordo com o boletim Focus, pesquisa semanal com instituições financeiras divulgada pelo BC, a inflação oficial deverá fechar o ano em 3,79%, abaixo portanto do teto da meta. Há um mês, as estimativas do mercado estavam em 3,82%.

### Crédito mais barato

A redução da taxa Selic ajuda a estimular a economia. Isso porque juros mais baixos barateiam o crédito e incentivam a produção e o consumo. Por outro lado, taxas mais baixas dificultam o controle da inflação. No último Relatório de Inflação, o Banco Central reduziu para 1,7% a projeção de crescimento para a economia em 2024.

O mercado projeta crescimento um pouco melhor. Segundo a última edição do boletim Focus, os analistas econômicos preveem a expansão de 1,8% do PIB em 2024.

A taxa básica de juros é usada nas negociações de títulos públicos no Sistema Especial de Liquidação e Custódia (Selic) e serve de referência para as demais taxas de juros da economia. Ao reajustá-la para cima, o Banco Central segura o excesso de demanda que pressiona os preços, porque juros mais altos encarecem o crédito e estimulam a poupança.

Ao reduzir os juros básicos, o Copom barateia o crédito e incentiva a produção e o consumo, mas enfraquece o controle da inflação. Para cortar a Selic, a autoridade monetária precisa estar segura de que os preços estão sob controle e não correm risco de subir.

### Entidades pedem cortes maiores

A redução da Taxa Selic, no entanto, recebeu críticas do setor produtivo. Entidades da indústria e centrais sindicais pediram mais ousadia do Banco Central na hora de cortar os juros.

Em nota, a Confederação Nacional da Indústria (CNI) destacou que o corte de 0,5 ponto é insuficiente. Segundo

a entidade, a inflação controlada permite reduções maiores que barateariam o crédito para investimentos e impulsionariam a política de reindustrialização.

“É importante que o Banco Central compreenda a realidade brasileira e dê a sua contribuição para a tão necessária redução do custo financeiro suportado pelas empresas, que se acumula ao longo das cadeias produtivas, e pelos consumidores. Sem essa mudança urgente de postura, fica mais difícil avançar na agenda de neindustrialização, o que, consequentemente, anula oportunidades de mais prosperidade econômica para o país”, destacou em nota o presidente da CNI, Ricardo Alban.

A Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan) pediu que o BC não mexa no ritmo dos cortes e mantenha a redução de 0,5 ponto nas próximas reuniões.

“Essa queda de 0,5 ponto percentual precisa ser mantida nas próximas reuniões do Comitê de Política Monetária, haja vista que a economia e, sobretudo, a indústria seguem sofrendo os efeitos da taxa ainda elevada. O resultado negativo da produção industrial em janeiro reflete bem esse cenário”, destacou a entidade.

### Centrais sindicais

Embora tenham indicado que os cortes estão na direção certa, as entidades de trabalhadores também criticaram a decisão do Banco Central. Para as centrais sindicais, o nível ainda alto da taxa de juros prejudica a recuperação da economia.

“Não há o que comemorar, ao contrário. Simplesmente significa que o Banco Central está praticando uma política monetária prejudicial ao desenvolvimento do país há anos. Porque, mesmo tendo chegado ao menor nível em dois anos, o índice ainda é alto e trava a economia brasileira”, destacou em nota a presidenta da Confederação Nacional dos Trabalhadores do Ramo

Financeiro (Contraf-CUT) e vice-presidenta da Central Única dos Trabalhadores (CUT), Juvandia Moreira.

Para a Força Sindical, a queda da Selic em 0,5 ponto é tímida e insuficiente para aquecer o consumo, gerar empregos, melhorar o Produto Interno Bruto (PIB) e distribuir renda. “Um pouco mais de ousadia traria enormes benefícios para o setor produtivo, que gera emprego e renda e anseia há tempos por um crescimento expressivo da economia. É um absurdo esta mesmice conformista dos tecnocratas

do Banco Central”, criticou em comunicado o presidente da Força, Miguel Torres.

### Déficit zero depende do crescimento econômico, segundo Haddad

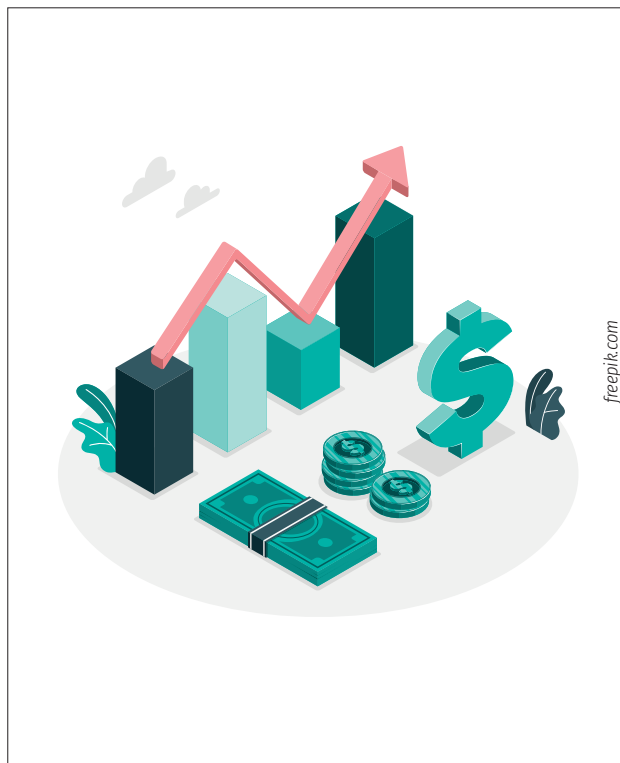
Já em relação à meta de zerar o déficit primário neste ano, o governo sinalizou que dependerá da evolução da economia e da aprovação de medidas que foram encaminhadas ao Congresso Nacional.

“É o que eu sempre falo: hoje, a meta é uma lei. O resultado não depende só de fixar na lei o que você quer. Depende de um esforço do Executivo, do Legislativo e do Judiciário em

proveito do equilíbrio de contas”, disse o ministro da Fazenda, Fernando Haddad, em entrevista concedida em São Paulo.

Apesar disso, Haddad afirmou que o governo está otimista com o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) para este ano. “Nós estamos prevendo 2,2% (de crescimento), mas alguns atores do mercado já estão projetando um cenário ainda mais benigno. Já há economistas muito sérios falando em 2,5%. Então, há uma especulação sobre um crescimento maior do que o projetado pelo governo. Isso ajuda na arrecadação, naturalmente”, completou.

\*Com informações da Agência Brasil



freepik.com





**Zinni & Güell**

Indústria de Auto Peças Ltda.



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

**A Instalação perfeita para seu veículo.**



Linha Leve



Linha Van



Linha Pesada



Qualidade



Garantia



Entrega Rápida



Linha Completa  
máquinas de vidro



 /ind.zinniguell/

 /zinniguell/

 zinni e guell

 zinniguell.com.br

# Qualidade na organização: o papel essencial da liderança

por Ingo Pelikan



A expressão 'o peixe apodrece pela cabeça' é frequentemente utilizada para ressaltar a influência da liderança na gestão empresarial. Nesse contexto, é possível recorrer a essa analogia para destacar a importância dos líderes na

disseminação e incorporação da qualidade dentro de uma organização. Mais do que uma simples meta a ser alcançada, a qualidade deve ser vista como um compromisso que permeia todos os aspectos do negócio, desde a alta administração até chegar ao chão de fábrica.

Para iniciar essa jornada de busca pela excelência, é crucial compreender o conceito de qualidade. No ambiente corporativo, isso implica em atender às expectativas dos clientes em termos de eficiência, confiabilidade, segurança e outros critérios relevantes. No entanto, é fundamental entender que isso não se limita apenas a uma vantagem competitiva ou a um mero diferencial de mercado.

A qualidade deve ser encarada como um pilar essencial de todas as operações empresariais, englobando não apenas a satisfação dos clientes externos, mas também o atendimento às necessidades e expectativas dos clientes internos, como os colaboradores. Isso significa investir em um ambiente de trabalho seguro, com oportunidades de desenvolvimento profissional, remuneração justa, reconhecimento e apoio adequado para que realizem suas funções de maneira eficaz.

Ao contar com colaboradores satisfeitos e engajados,

isso tende a se refletir positivamente na qualidade do trabalho que realizam e, por consequência, na satisfação dos clientes externos. Nesse sentido, cabe à alta liderança a responsabilidade de estabelecer uma cultura organizacional que valorize a qualidade em todas as suas formas e em todas as áreas da empresa.

Para isso, o primeiro passo é definir uma visão clara de qualidade e integrá-la à estratégia corporativa, garantindo que seja uma prioridade em todos os níveis. É essencial estabelecer padrões elevados em todas as operações, desde produtos e serviços até processos internos. Além disso, é importante fornecer recursos adequados, estimular a responsabilidade, fomentar a melhoria contínua e capacitar os funcionários para garantir que essa visão seja alcançada.

Em suma, a qualidade na organização é mais do que uma meta a ser alcançada; é um compromisso que começa na liderança e permeia todos os níveis da empresa. Os líderes têm o papel essencial de estabelecer uma cultura organizacional que valorize não apenas a satisfação dos clientes externos, mas também o bem-estar e a motivação dos colaboradores internos. Este é o caminho para uma empresa sólida, eficiente e orientada para a excelência em todos os aspectos.

Atualmente, existem diversas ferramentas e metodologias de qualidade disponíveis, algumas vezes rotuladas de 'sopa de letrinhas', mas cruciais para orientar as empresas nessa trajetória. O IQA-Instituto da Qualidade Automotiva, por exemplo, oferece cursos direcionados a capacitar líderes a compreenderem e aplicarem essas ferramentas de forma eficaz, adaptando-as às particularidades de seus negócios. ■

*\*Ingo Pelikan foi especialista técnico e Diretor-Presidente do Instituto da Qualidade Automotiva entre 2013 e 2020.*



- 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](http://www.ori.com.br)





# Inteligência artificial e humanização para encantar o mercado

## Especialistas destacam que as duas estratégias caminham juntas em meio à experiência do consumidor

Não é novidade que a inteligência artificial se tornou um tema cada vez mais frequente em praticamente todos os setores da indústria e de serviços do Brasil. Na verdade, a discussão deixou de ser sobre usar ou não a tecnologia para focar em o quanto ela deve ser utilizada.

A última edição da NRF Retail's Big Show, em Nova York, nos Estados Unidos, em janeiro, por exemplo, sintetizou o tamanho do interesse brasileiro no tema. Considerada uma das feiras mais importantes do mundo para varejo e consumo, a NRF reuniu mais de 40 mil pessoas de 50 países. A delegação do Brasil, no entanto, foi a segunda maior, com

4 mil participantes e 25 empresas expositoras.

Na ocasião, os principais especialistas constataram que a popularização da inteligência artificial dominou palestras e debates no evento, com a ressalva de que os players do varejo não devem adotá-la simplesmente sem um foco definido e um propósito pré-estabelecido.

A popularização da inteligência artificial, entretanto, abriu também um debate sobre seus reais benefícios frente à humanização do mercado. Afinal, é necessário escolher um único caminho (artificial ou humano) quando falamos em atendimento e experiência do consumidor?

Para Erik Penna, especialista em vendas e empreendedorismo,

é importante reforçarmos que a revolução digital veio para ficar e que, de fato, ela “influencia e continuará influenciando diretamente a carreira dos profissionais no mercado”.

“Entretanto, é possível conciliá-la a competências e habilidades humanizadas, fazendo com que andem lado a lado contribuindo para um todo”, complementa.

Um dos principais benefícios da popularização da inteligência artificial é que o movimento tornou o uso da tecnologia muito mais acessível. Se antes falávamos deste tipo de tecnologia apenas no âmbito de gigantes do mercado, com amplo investimento em inovação, agora podemos associá-la a pequenos negócios.

Naturalmente, o uso de inteligência artificial por grandes e pequenas marcas diferem muito. Ainda que, na essência, todos busquem formas de otimizar recursos e reduzir gastos, o pequeno negócio não pode perder de vista que uma de suas principais vantagens no mercado é a proximidade com seu público em detrimento de um tratamento naturalmente mais frio e genérico por parte das grandes empresas.

Para o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), a inteligência artificial e os dados atualmente disponíveis permitem que as empresas entendam tudo o que envolve seus clientes: seu comportamento, suas características psicográficas, preferências, dores, seus sonhos etc. Dessa forma, é possível criar uma presença marcante no mercado.

### Componentes básicos da inteligência artificial

O Sebrae destaca os componentes básicos que são englobados atualmente pela ideia de inteligência artificial. São eles:

**Machine learning:** técnica baseada na ideia de que a ferramenta de inteligência artificial é capaz de aprender e assimilar dados por conta própria. Essa assimilação de informações acontece por meio de big data e

algoritmos, fazendo com que padrões de dados sejam identificados e que conexões sejam criadas entre eles. O objetivo é realizar uma determinada tarefa com o mínimo de interferência humana. Esses algoritmos fazem uso de análises estatísticas para prever respostas da forma mais precisa possível, além de disponibilizar os melhores resultados com pequenas chances de erros.

**Deep learning:** “aprendizagem profunda” em português, trata-se de um tema emergente dentro do campo da inteligência artificial. Uma subcategoria de aprendizado de máquina que diz respeito a oportunidades de aprendizagem profundas com o uso de redes neurais para melhorar as coisas, tais como reconhecimento de fala, visão computacional e processamento de linguagem natural. Isso está rapidamente se tornando um dos mais estudados e procurados campos dentro da ciência da computação moderna.

**Redes neurais:** método de inteligência artificial que ensina computadores a processar dados de uma forma inspirada pelo cérebro humano. É um tipo de processo de machine learning, chamado aprendizado profundo, que usa nós ou neurônios interconectados em uma estrutura em camadas, semelhante ao cérebro humano. A rede neural cria um sistema adaptativo que os computadores usam para aprender com os erros e aprimorar-se continuamente. As redes neurais artificiais tentam solucionar problemas complicados, como resumir documentos ou reconhecer rostos com grande precisão.

**Natural language processing (PNL):** a PNL, ou processamento de linguagem natural (NLP – natural language processing), é uma tecnologia que utiliza-se de fundamentos de machine learning e deep learning em seu processo de aprendizagem. Embora seja uma tecnologia que se equipara à PNL (programação neurolinguística), é importante ressaltar que elas não são a mesma coisa. O objetivo da PNL na computação

é elevar o nível de interação das ferramentas de chatbot, trazendo a elas uma humanização nas conversações, saindo da mesmice das respostas automáticas e partindo para a compreensão emocional do usuário. A tecnologia visa a compreender as reais intenções do usuário e apresentar a ele as respostas certas, no momento certo. Essa análise profunda (conceito de deep learning) permite um extraordinário aumento nas vendas.

### Atendimento humanizado

Apesar das diversas possibilidades atuais, o Sebrae ressalta que a tecnologia, por mais avançada que seja, não pode substituir completamente o atendimento humanizado.

“O atendimento humanizado vai além de simplesmente concluir uma venda. Ele foca em uma abordagem personalizada e empática, buscando resolver os problemas do cliente de forma atenciosa e solidária. A ideia é estabelecer uma conexão genuína, criando um laço de confiança e proximidade. Ao personalizar o atendimento, o cliente se sente valorizado e suas necessidades são atendidas com cuidado”, explica a entidade.

“Enquanto máquinas, como chatbots, podem ser rápidas e precisas ao fornecer informações, elas não possuem a habilidade de demonstrar emoções e empatia. A empatia é fundamental para o atendimento humanizado e permite alcançar o emocional do cliente, fazendo-o sentir-se valorizado e acolhido em todas as interações. Durante o pós-venda, a empatia permite responder genuinamente a feedbacks, sejam eles positivos ou negativos. Enquanto máquinas podem oferecer soluções, apenas humanos podem criar vínculos profundos com os clientes”, completa.

Nesse sentido, o especialista Erik Penna ressalta algumas dicas essenciais para que essas competências e habilidades mais humanizadas sejam atribuídas à rotina profissional de maneira orgânica.

- **GOSTE DE GENTE:** é preciso saber se comunicar. Encantar é querer o melhor para o próximo. Gostar de resolver problemas e saber encontrar a alegria na alegria do outro fazem parte do segredo para a felicidade e o sucesso profissional está nas habilidades humanizadas.
- **ATUE MOTIVADO:** sem motivação, nada grandioso acontece. Portanto, comece cada dia tomando uma dose extra de vitamina “O”, de otimismo. Transborde boa vontade e otimismo, isso deixa o ambiente bem mais positivo e mais propício a boas atuações.
- **TENHA BOA VONTADE:** atue com paixão e brilho nos olhos. Tenha interesse pelo propósito da empresa e

pela causa do cliente. Não adianta fazer as coisas com má vontade ou cara feia. Já que precisa fazer, faça com boa vontade e sorriso no rosto. Foque na solução, afinal os fracos mostram os problemas, os fortes, apresentam as soluções.

- **CUIDE DA IMAGEM:** em tempos de redes sociais em ascensão, não se descuide de sua imagem, de sua postura digital. Lembre-se que o primeiro item a ser vendido é você. Tenha em mente que as suas postagens formam, também, a sua imagem profissional. Uma opção é apostar em redes específicas para perfis profissionais ou ter perfis distintos.
- **CAPACITE-SE CONSTANTENTE:** muitos querem ganhar, poucos querem treinar. Ou seja, o mercado espera por um profissional que domine as tarefas de seu cargo. A dica aqui é: qualifique-se continuamente. Hoje em dia é possível aprimorar as habilitações até em casa, pelo celular, TV ou na frente do computador.
- **FOQUE NOS RESULTADOS:** nada convence mais que o resultado. Aliás, jamais troque o resultado por desculpas ou justificativas. Aproveite cada minuto para ir além, surpreender seu gestor e também o consumidor final. Dessa forma, o profissional potencializa a performance e aumenta, consideravelmente, as chances de ascensão na carreira.

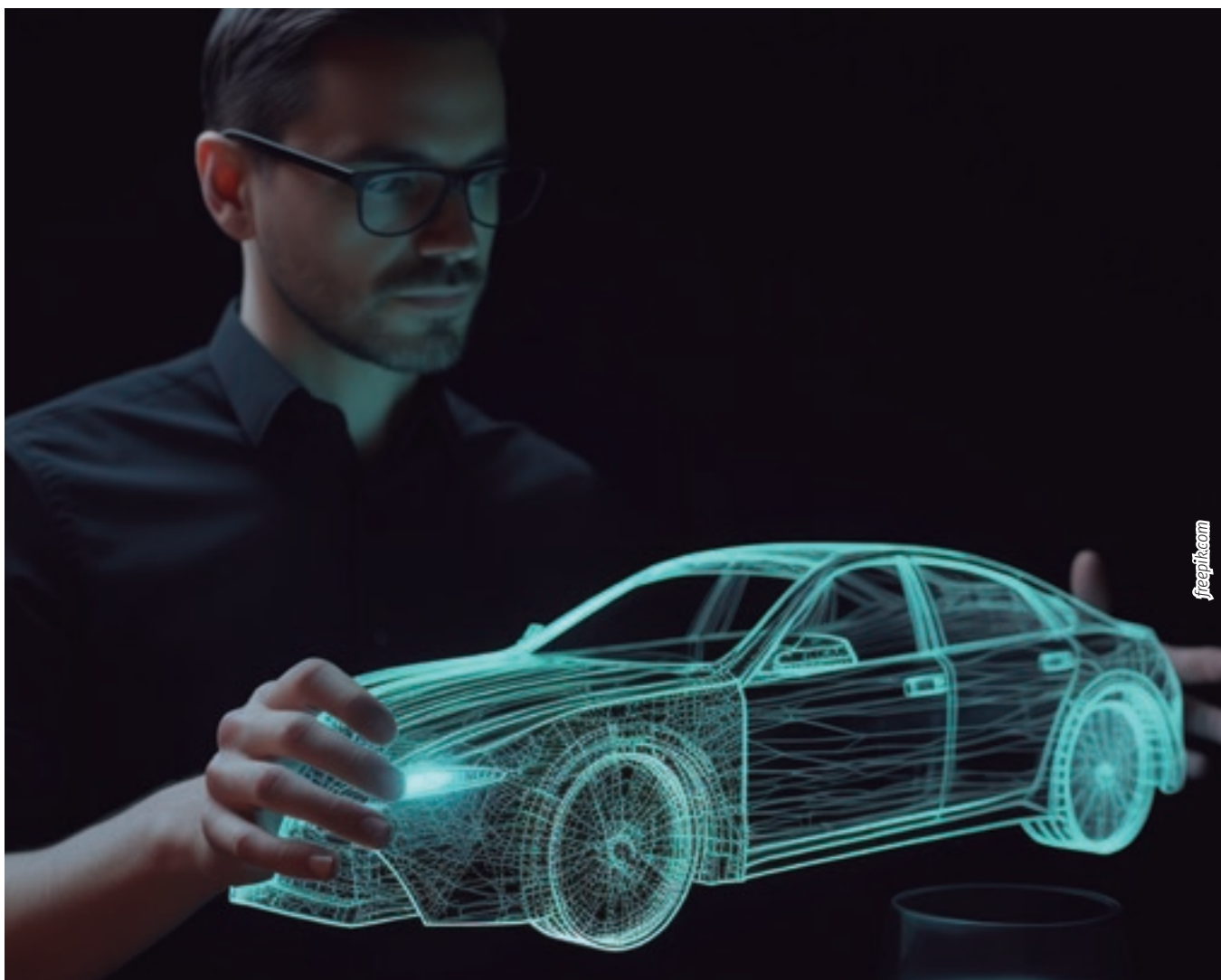
### E a inteligência artificial?

Para a implementação da inteligência artificial de forma eficaz, por sua vez, o Sebrae detalha os principais passos a seguir. É importante ressaltar que antes de implantar recursos de IA na empresa, é preciso identificar qual será o objetivo das novas ferramentas. Para isso, pense em quais processos do negócio deseja melhorar, como:

- aumentar as vendas;
- melhorar a produtividade do negócio;
- reduzir custos com pessoal;
- otimizar o tempo.

Além de poupar tempo, identificar o objetivo de adotar novas tecnologias vai evitar que a empresa tenha custos com ferramentas que não serão utilizadas. Para a implantação da IA em sua empresa, o Sebrae recomenda os três passos a seguir:

**1- Desenvolva um planejamento estratégico** — Comece avaliando todas as atividades e os processos da sua organização para encontrar algum ponto que precisa ser melhorado com a IA. Para isso, você pode se reunir com sua



equipe para identificar casos específicos em que a IA pode ajudar a alavancar os resultados e resolver problemas.

**2- Faça o mapeamento de todos os processos** — Para compreender as necessidades do seu negócio, é importante mapear todos os processos. Com isso, é possível identificar quais setores necessitam dos recursos de inteligência artificial — já que nem todos os departamentos realmente precisam dessa tecnologia.

**3- Prepare dados para treinamento dos modelos de redes neurais** — A base da inteligência artificial são os dados, ou seja, para que a tecnologia desempenhe sua função de forma eficiente e obtenha sucesso um conjunto de algoritmos deve ser treinado, e isso só é possível quando uma base de alta qualidade é analisada, conforme modelos neurais, visando a encontrar inconsistências.

Independentemente da estratégia adotada, fica claro que a

sustentabilidade (e o diferencial) das empresas no mercado atualmente envolve uma mescla entre o uso da inteligência artificial e a humanização das relações com os clientes.

Apostar em apenas um caminho pode representar prejuízos dos mais diversos tipos, não apenas com a perda irreparável de clientes, mas também com gastos desnecessários com ferramentas que não atingem o objetivo esperado.

A pandemia de Covid-19 mostrou que o caminho focado apenas no atendimento automatizado tende a “cansar” os usuários, afastando-os das marcas. Por outro lado, o mercado segue buscando formas de diminuir custos e utilizar os dados que tem a seu dispor para gerar insights e melhores práticas. Trata-se de um caminho que, sem dúvidas, exige interação entre a tecnologia e os benefícios que somente a interação humana podem proporcionar. ■



# Os investimentos cada vez mais altos para desenvolvimento de IA e seus malefícios. Será que eles existem?

Por Leonardo Cyreno, head de Eficiência Comercial & Growth da AGR Consultores

A gestão de iniciativas nas organizações se torna cada vez mais complexa, o que pode prejudicar a eficiência das entregas e os benefícios dos projetos. Alguns dos motivos para isso são:

- A dificuldade de encontrar e reter profissionais qualificados, motivados e alinhados com a cultura e os objetivos da empresa;
- O excesso de processos, burocracia, hierarquia e restrições à autonomia dos colaboradores, que atrasam a tomada de decisão e reduzem a criatividade e a inovação;
- A falta de integração e comunicação entre os diferentes sistemas, departamentos, parceiros e clientes, que comprometem o fluxo e o compartilhamento de informações, a automação de processos, a padronização de procedimentos e a redução de erros e falhas;
- O planejamento inadequado, que não considera os requisitos, os recursos, os prazos, os custos, os riscos e as expectativas dos envolvidos, gerando desperdícios e retrabalhos.

Esses aspectos nem sempre são simples de identificar e resolver. Geralmente, eles aparecem quando o orçamento





para criação de soluções aumenta. Nesse momento, todos os setores começam a investir na melhoria da eficiência, principalmente na tendência atual que é o uso de IA (Inteligência Artificial). Agora, vamos ver algumas das principais aplicações que as organizações adotam IA:

**Qualificação de leads:** identificar os potenciais clientes que têm mais chances de se interessar pela solução da empresa, baseando-se em dados demográficos e comportamentais.

**Mapeamento da jornada do cliente:** analisar o comportamento dos clientes ao longo do processo de compra, desde o primeiro contato até a fidelização, e oferecer insights para melhorar a experiência e a satisfação.

**Segmentação de clientes:** personalizar as estratégias de marketing segmentando os clientes em grupos com características e preferências similares, e enviar mensagens mais relevantes e efetivas.

**Gestão orientada a dados:** processar e analisar grandes volumes de dados, gerando relatórios completos com informações valiosas para a tomada de decisão.

**Otimização da eficiência logística:** melhorar a gestão da

cadeia de suprimentos, prevendo a demanda de produtos, ajustando dinamicamente os preços, planejando as rotas de entrega etc.

Esses desenvolvimentos têm um valor real se forem integrados a soluções, sistemas ou processos que se relacionam diretamente com as áreas essenciais da empresa, como Operações, Comercial, Marketing ou Logística. Mas o grande desafio enfrentado é se essas áreas estão prontas para incorporar as melhorias ou estão focadas em desenvolver e testar suas próprias iniciativas. É nesse momento que normalmente as coisas emperram. Os desenvolvimentos ficam no papel, os conflitos internos por poder se agravam, os planejamentos são ignorados por decisões hierárquicas unilaterais e o resultado é uma ineficiência generalizada na conclusão e na obtenção real do benefício das iniciativas desenvolvidas, ou, os desenvolvimentos são concluídos, o orçamento é consumido e o resultado não é o esperado, pois as bases não estavam sólidas o suficiente para suportar a tecnologia empregada.

A solução para isso envolve um processo eficaz de alinhamento de estratégia, que passa por uma seleção adequada de iniciativas, seguida de uma priorização bem feita e transparente para toda a organização, uma execução com excelência em todas as áreas que têm interdependências e, por fim, uma governança de todo esse processo de forma cíclica, direta e muito assertiva.

E então, a sua empresa está realmente preparada para a aceleração dos investimentos em tecnologia com o uso de IA!?

*Artigo de autoria da **AGR Consultores**. Confira outras informações e conteúdos em <https://www.agrconsultores.com.br>.*

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](http://www.premiosindirepasp.com.br)

# PATROCINADORES 2023

## PARCERIA DA REPARAÇÃO

STELLANTIS  
PARTS & SERVICES

FIRT

Jeep



## PATROCÍNIO OURC

bradesco seguros

cofap

MONROE  
AMORTECIDORES

SCHAEFFLER

TAKAO  
JUNTOS MOVEMOS MOTORES

## PATROCÍNIO PRATA



MAHLE

Porto Seguro

azul seguros



## PATROCÍNIO BRONZE

BOSCH  
Tecnologia para a vida

Continental

Delphi  
Technologies

DENSO  
Crafting the Core

FRAM

IQA

MOBENSANI  
Brevetes e Inovações

SCLERA

WEGA  
ORIGINAL QUALITY



## SEJA UM PATROCINADOR 2024

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



ORGANIZAÇÃO



CONTATOS

(11) 94231-1496

(11) 94176-5011

comercial@photon.com.br

# G&B destaca inovações do Dropshipping

No modelo de negócio, lojista parceiro não precisa ter estoque físico para produtos vendidos online



A distribuidora de autopeças G&B destaca a inovação proporcionada pelo sistema de Dropshipping, um modelo de negócio em que o lojista parceiro não precisa ter estoque físico para os produtos que vende online. Com o Dropshipping, o lojista pode anunciar os produtos disponibilizados no catálogo da G&B sem a necessidade de investir antecipadamente nesse estoque. Ou seja, só adquire os produtos após terem sido vendidos.

Para a G&B, o modelo de negócio representa uma grande inovação para o setor de reposição automotiva, impactando a forma como o varejo opera atualmente.

“Nesta modalidade de venda, o lojista oferta todo estoque da G&B em suas plataformas digitais sem necessidade de investimento em estoque físico, reduzindo custos operacionais, atendendo a um público maior, ampliando a gama de produtos disponíveis em suas lojas e aumentando sua margem de lucro”, complementa a empresa.

Além disso, a G&B fica responsável por embalar e postar os produtos adquiridos. Tudo feito de forma automatizada, sem dor de cabeça e sem custos escondidos.

“O Dropshipping é peça importante dentro das soluções que a G&B propõe no movimento ‘Salve o Varejo’, que visa unir os varejistas de autopeças em um esforço conjunto para enfrentar os desafios do mercado e fortalecer o setor como um todo. Essa iniciativa não apenas é um marco importante para nossa empresa, mas também reflete nosso compromisso contínuo com a inovação e apoio ao varejo de autopeças. Acreditamos firmemente na colaboração e na inovação como pilares fundamentais para o crescimento sustentável do varejo de autopeças”, aponta a empresa.

Confira a seguir entrevista exclusiva com Nicolý Beiram, head de Inovação e responsável pelo Dropshipping da G&B.

Mercado Automotivo - O Varejo, de modo geral, vem sofrendo bastante no Brasil. Diversas marcas, em setores distintos, anunciaram prejuízos e fechamento de lojas. Nesse contexto, gostaria que falasse sobre o movimento “Salve o Varejo” no mercado de autopeças.

Nicolý Beiram - Nos últimos anos, o setor de reposição automotiva vem passando por um forte realinhamento e que apresenta diversas ameaças ao pequeno e médio

varejo. Entre elas, podemos citar (i) o distribuidor que vende para oficinas mecânicas que uma vez eram/são clientes do varejista, (ii) as montadoras entrando no aftermarket e os atacarejos e grandes grupos de lojas apoiados ou não por fundos de investimento.

Reconhecendo os possíveis danos resultantes dessas ameaças, a G&B decidiu trazer luz à diversas questões pertinentes a estes movimentos e que muitas vezes passam despercebidas da rotina do pequeno varejo.

Com isso, criamos o movimento “Salve o Varejo” que tem como missão provocar reflexões ao varejo, levando informações relevantes até eles através do nosso podcast Automotivamente, capacitando o lojista e sua equipe com os cursos gratuitos do nosso portal PeçaMentor, apresentando novas ferramentas e estratégias de negócio com o Dropshipping, tudo com o objetivo de preparar o lojista no enfrentamento a essas ameaças. A G&B tem sempre um canal aberto para discutir temas de interesse do varejista.

MA - Por que o Dropshipping contribui para amenizar os problemas do varejo de autopeças do Brasil? Quais são suas principais vantagens?



NB - Além das dores mencionadas na questão anterior, outra dor do varejo é o custo do estoque parado em loja. Neste contexto, o Dropshipping é um modelo de venda online que chega como mais um canal de venda disponível, além do balcão da loja. A grande revolução do modelo, no entanto, está na forma como a operação é gerida.

Diferentemente das vendas tradicionais, onde o lojista adquire o estoque, anuncia, vende e despacha a mercadoria, o modelo Drop coloca à disposição do lojista os mais de 25 mil itens que a G&B tem em estoque à pronta entrega. Quando o lojista efetiva a venda, a G&B cuida de toda separação, embalagem e envio ao cliente final. O lojista só paga pela mercadoria que já foi adquirida e encaminhada ao cliente final.

O modelo Drop, dessa forma, cuida das duas principais dores do varejo, eliminando os altos custos de manutenção

de estoque e aumentando exponencialmente o alcance de novos clientes e variedade de produtos através da venda online.

O lojista conta com o suporte da G&B para iniciar a operação. A G&B também disponibiliza uma biblioteca online com diversos materiais e cursos de apoio para vendas nessa modalidade.

MA - Gostaria que falasse sobre a importância do investimento em inovação do setor de autopeças. Isso tem sido um fator determinante para manter a longevidade das empresas do setor?

NB - Talvez por sua natural pujança dentro da economia real, o aftermarket automotivo é um setor onde a tecnologia levou mais tempo para se tornar tema relevante na agenda das empresas. A história recente, no entanto, mostra que essa dinâmica mudou e segue mudando de forma rápida. Desde a chegada dos grandes players, apoiados por investidores que combinam poder financeiro e estratégico, até a chegada e consolidação dos marketplaces, o aftermarket no Brasil tem passado por mudanças estruturais de

forma acelerada. As empresas que não estiverem atentas a essa nova dinâmica e deixarem de investir na atualização do seu modelo de negócio correm risco de não sobrevivência neste novo mercado mais dinâmico, mais competitivo e mais estratégico.

MA - O Dropshipping também traz vantagens para os problemas de logística que enfrentamos no Brasil? Pensando no quanto o varejo do setor sofre com o fato de estarmos em um país de proporções continentais.

NB - Com certeza! Eliminando a necessidade de trânsito intermediário entre o distribuidor e as lojas, e nos utilizando dos serviços oferecidos pelos marketplaces, temos como resultado tempos de entrega mais curtos, redução no custo de transporte e uma experiência geral de compra mais rápida para os clientes, mesmo em um país com desafios logísticos como o Brasil.



## Como separar as finanças pessoais das contas da empresa: 8 dicas

Entender como separar as finanças pessoais da empresa é uma das principais medidas para manter o equilíbrio orçamentário

“Como separar as finanças pessoais das da empresa?” — a pergunta parece simples, mas, acredite: muitos empreendedores, especialmente no início da atuação, cometem o deslize de envolver as suas despesas pessoais com as do negócio. O resultado? Além da falta de clareza, há grandes chances de prejudicar as finanças corporativas.

Justamente por isso, é muito importante investir em estratégias de organização, mantendo uma conta para os gastos pessoais e outra para as despesas relativas ao empreendimento. Inclusive, pensando em ajudá-lo nesse processo, vamos elencar algumas dicas práticas.

### Por que separar as finanças pessoais da empresa?

Como dito na introdução, a necessidade de se ter clareza em relação ao orçamento empresarial é um motivo suficiente para procurar saber como separar os gastos pessoais das finanças da empresa. No entanto, a verdade é que existem outras vantagens provenientes da implementação desse tipo de organização. A seguir, vamos conhecer as principais:

- **auxílio na avaliação dos riscos** — quando não há diferença entre as contas pessoais e as do negócio, a tendência é de que a gestão tenha dificuldades em entender a origem dos recebimentos e das despesas. Não há como fazer uma projeção correta, logo, não é possível avaliar os riscos aos quais o empreendimento está exposto;
- **viabilização de tomadas de decisões mais seguras** — entendendo como separar as finanças pessoais das contas da empresa, fica mais fácil determinar um planejamento e traçar estratégias de acordo com as condições do empreendimento. Ou seja, a simples separação das contas já auxilia a gestão a visualizar o quanto a companhia arrecadou e qual é o percentual que pode ser utilizado para investimentos e outros processos;
- **aumento da confiabilidade do controle das finanças** — é claro que essa medida é essencial para a gestão do empreendimento de maneira geral, mas, quando



envolve os gastos pessoais, a iniciativa também garante um controle mais preciso dos seus recursos. Dessa forma, é possível saber quanto há disponível para o uso de forma clara, tanto no caixa corporativo quanto na conta pessoal.

### Como separar as finanças pessoais das contas da empresa?

Mais do que saber o que diz respeito ao negócio e o que faz parte das suas finanças pessoais, manter contas separadas “força” você a mudar a maneira de lidar com o dinheiro de forma geral. Afinal, torna-se viável ter um controle mais detalhado da origem dos seus recebimentos e das despesas — o que se torna ainda mais prático a partir do investimento em um sistema para a gestão.

Nesse contexto, as dicas que separamos foram pensadas para proporcionar a melhor administração possível das suas finanças. Vamos conferir?

#### 1. Tenha uma conta para a sua empresa

Essa não é apenas a primeira dica-chave. Na verdade, deve ser o ponto de partida para que você realmente não misture as despesas.

Na prática, o processo é até mais simples do que parece. Afinal, existe uma série de bancos que, atualmente, facilitam a abertura de contas para PJ (Pessoa Jurídica), principalmente se você for MEI.

A ideia, como vimos, é manter duas contas: uma para os seus gastos pessoais e outra para a empresa. A primeira, obviamente, será utilizada para cuidar das suas despesas e das suas receitas.

Já a segunda será exclusiva para administrar as finanças do negócio. Ou seja, todos os recebimentos (sejam de vendas, sejam de investimentos) deverão ser direcionados para essa conta, assim como os gastos relacionados ao empreendimento.

#### 2. Determine um pró-labore

O pró-labore pode ser compreendido como uma espécie de “salário para o dono do negócio”. No entanto, é claro que essa conceituação é uma maneira simplificada de denominá-lo.

Sim, ele realmente funciona como uma remuneração, mas não é similar a um honorário, até porque não há impostos ou descontos incidentes sobre essa quantia.

Além disso, o valor não segue um padrão, dependendo dos critérios do proprietário da empresa.

Então, como determiná-lo? Existem duas maneiras de definir a quantia: baseando-se no pior faturamento da companhia ou a partir da meta de receita.

No primeiro caso, trata-se de uma maneira de evitar que os valores sejam extrapolados, especialmente quando falamos de períodos de risco. Sendo assim, o recomendável é considerar o valor do pior mês de faturamento do seu negócio e, a partir daí, retirar as despesas e 10% para o fundo de reserva. Portanto, o que restar será equivalente ao pró-labore.

No segundo caso, você se baseará no valor do faturamento ideal. Na prática, considere essa quantia e subtraia os gastos mensais e 10% para o fundo de reserva. Novamente, o que sobrar corresponderá ao pró-labore.

Apenas lembre-se de que o pró-labore não deve ser retirado do lucro, visto que fará parte das despesas periódicas do negócio. O lucro, na verdade, só será revelado depois que todos os pagamentos forem realizados — incluindo o pró-labore.

Outro ponto que é válido ter em mente é que o valor precisa ser idealmente baseado no faturamento e é interessante determiná-lo de acordo com as funções desempenhadas na empresa.

#### 3. Registre as entradas e as saídas da empresa

Essa é uma tarefa que não ajuda apenas na separação de contas, mas, na verdade, é essencial para uma administração eficiente das finanças. De modo geral, o balanço das movimentações funciona como um guia para verificar como a companhia passou o mês e oferece clareza para que a gestão entenda o que pode ser melhorado.

Por isso, trata-se de uma atividade que deve ser executada mensalmente. Para tanto, anote as despesas do negócio conforme elas ocorrem e mantenha-se atento, pois esse é o momento de analisar se você não está utilizando o faturamento para cobrir as suas contas pessoais.

#### 4. Estabeleça sistemas diferentes para organizar as finanças

No tópico anterior, você viu que é essencial registrar as entradas e as saídas do seu negócio para saber como separar as finanças pessoais da empresa. A grande questão é: onde fazê-lo?

Bem, a boa notícia é que, quando se trata da gestão de finanças e de processos, existe uma série de possibilidades. Nesse caso, é possível considerar desde as mais simples, como um caderno de anotações, até as mais complexas, como softwares de gestão. Como alguns exemplos, podemos citar:

- **planilhas** — são ferramentas muito úteis, já que atendem bem tanto a usuários iniciantes quanto a avançados. Ou seja, para manipulá-las, não é necessário dominar todos os seus recursos. Foque usá-las para o seu objetivo principal, que é registrar as entradas e as saídas do negócio. Nesse sentido, boas opções são o popular Excel e o Google Sheets;
- **softwares de gestão financeira** — são programas específicos para as finanças, portanto, tendem a disponibilizar recursos mais direcionados, embora comumente sejam bastante intuitivos. Atualmente, há muitas alternativas no mercado, por isso, é interessante que você tenha uma ideia do que busca, já que existem soluções que permitem o registro de notas fiscais, a elaboração de relatórios, o controle de estoque etc.;
- **aplicativos** — são sistemas que podem ser equiparados ao anterior, até porque muitos são apenas a sua versão mobile. No entanto, é válido destacar que também existem aplicativos encontrados apenas em smartphones e tablets. As suas grandes vantagens são a flexibilidade de acesso e a tendência a ser responsivo, que é maior em comparação a um software convencional;
- **assessoria contábil** — embora estejamos falando de uma alternativa distinta das demais citadas, é importante ressaltar que também é possível contratar um escritório de contabilidade ou um profissional que o ajudará a melhorar a sua gestão financeira. Nesse caso, o benefício é que muitos processos deixam de ficar sob a sua responsabilidade, logo, você pode focar o que a empresa produz.

## 5. Tenha duas reservas de emergência distintas

Quando se tem um negócio, mais do que se preparar para ir em busca do sucesso, é essencial estar pronto para os momentos difíceis que eventualmente virão. Na prática, isso inclui tanto as questões internas (como a perda de colaboradores, a queda das vendas e os problemas de gestão) quanto as circunstâncias externas, como as crises econômicas.

Trata-se de situações que, muitas vezes, fogem do controle, mas devem, de algum modo, fazer parte do seu planejamento. Por isso, é fundamental manter uma reserva de emergência. Ou seja, um fundo para guardar, pelo menos, 10% do faturamento corporativo para possíveis imprevistos.

Aliás, essa dica serve não apenas para as finanças da empresa: os seus rendimentos pessoais também devem formar uma reserva. Nesse caso, o ideal é separar um valor mensal para construir uma poupança que contenha, pelo menos, seis meses do seu pró-labore.

## 6. Faça diferentes investimentos

Para as pessoas jurídicas, os investimentos costumam ser mais restritos à compra de equipamentos e de máquinas, à contratação de pessoal etc. No entanto, é possível ter ativos do mercado direcionados para o seu negócio.

Inicialmente, é preciso esclarecer que as possibilidades de investimentos financeiros para empresas são também um pouco mais limitadas. Além disso, existem algumas diretrizes específicas para que os empreendedores possam investir.

Para ajudá-lo, separamos algumas alternativas permitidas para as empresas. Veja a seguir!

### CDB

Os Certificados de Depósito Bancário — ou CDBs — são um tipo de empréstimo que o investidor disponibiliza ao banco e, em troca, recebe uma remuneração com juros. Trata-se de uma boa alternativa, já que oferece prazos e liquidez e tem a opção de ser vinculado ao índice CDI (Certificado de Depósito Interbancário) ou ao IPCA (inflação).

### Fundos de investimentos

Os fundos de investimentos são uma forma de aplicação financeira em que o investidor coloca o seu dinheiro em um grupo de ativos, que é gerenciado por um gestor. Esses investimentos podem incluir ações, títulos de renda fixa, moedas, commodities etc.

Ao investir em um fundo, ocorre a aquisição do que chamamos de cota: a representação de uma fração do patrimônio. O valor dela varia conforme a performance dos ativos no mercado, assim como os rendimentos da aplicação.



## LCA e LCI

A LCA (Letra de Crédito do Agronegócio) e a LCI (Letra de Crédito Imobiliário) são ativos de renda fixa criados por instituições financeiras. O seu objetivo é trazer recursos para financiar os setores do agronegócio e do mercado imobiliário.

O seu funcionamento é bem parecido com o dos CDBs, já que são títulos que atuam como um empréstimo para que os bancos invistam nos respectivos segmentos. Do mesmo modo, em troca, o investidor recebe uma remuneração prefixada ou pós-fixada. O retorno, geralmente, é superior ao de outras aplicações de renda fixa, como a poupança.

## 7. Utilize um cartão de crédito exclusivo para a empresa

Sempre é preciso ter um cuidado a mais ao lidar com os cartões de crédito. Até porque esse é um tipo de ferramenta que oferece uma “renda a curto prazo”, mas, por causa dos juros, pode levar o empresário a altas dívidas.

Então, é fundamental usar esse recurso com responsabilidade. Se você já criou uma conta PJ provavelmente receberá dois cartões: um para as movimentações relativas à sua vida pessoal e outro para o que diz respeito à empresa.

No entanto, o cartão corporativo realmente só deve ser utilizado para as despesas do negócio. Inclusive, os gastos deverão ser bem específicos no momento do registro. Ou seja, o ideal é evitar colocar apenas algo como “despesa do cartão”.

Lembre-se de que é interessante e conveniente que você saiba no que está gastando, até para ter uma ideia clara de para onde o seu dinheiro está indo. Nesse sentido, uma das vantagens de ter um meio de pagamento exclusivo para os custos da companhia é que todas as transações financeiras serão registradas em uma única fonte.

Acredite: isso facilitará a separação das movimentações. Além disso, na prática, fazê-lo o ajudará a manter um registro preciso dos gastos do empreendimento, também facilitando a identificação de eventuais custos desnecessários.

## 8. Crie um planejamento orçamentário

Por fim, junto ao registro das suas despesas, elaborar um plano de orçamento será essencial para a longevidade do negócio. Em outras palavras, o planejamento orçamentário

se configura como uma estratégia de previsão das metas financeiras.

Além disso, essa iniciativa ajuda a definir os limites de gastos durante um período determinado. É claro que isso não significa que não existirão imprevistos que poderão modificar as previsões. Adversidades acontecem.

No entanto, de modo geral, o negócio terá um guia que norteará o caminho a seguir, além de haver mais clareza: uma qualidade essencial para uma boa administração empresarial. Assim, para criar um plano de orçamento, é fundamental começar identificando todas as despesas e as receitas.

Isso inclui salários, aluguel, custos com os serviços contratados, gastos com materiais de escritório, despesas relativas aos equipamentos utilizados e outras questões operacionais. Em seguida, é preciso estimar os ganhos para o período em que o orçamento será aplicado.

Com essas informações em mãos, é possível estabelecer metas realistas e planejar uma melhor distribuição dos recursos. O fato é que saber como separar as finanças pessoais da empresa é imprescindível para uma boa gestão financeira do seu negócio.

Ao manter contas distintas, torna-se viável ter um controle mais preciso dos gastos, identificar os custos desnecessários e até tomar decisões mais estratégicas. Além disso, a separação facilita o registro das movimentações, como vimos. Ou seja, evita confusões na hora de fazer a contabilidade.

Como mostramos neste post, é recomendável o uso de meios de pagamento exclusivos para as despesas da organização, como cartões corporativos. Isso ajudará a garantir que você saberá como separar as finanças pessoais da empresa e de que forma desenvolver um planejamento orçamentário para garantir a longevidade e o sucesso do seu empreendimento. ■

Artigo publicado no **Portal Sebrae** (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). Confira outras informações e conteúdos como cursos, planilhas e livros gratuitos em <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>.



# 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](mailto:comercial@photon.com.br)

[www.revistamercadoautomotivo.com.br](http://www.revistamercadoautomotivo.com.br)

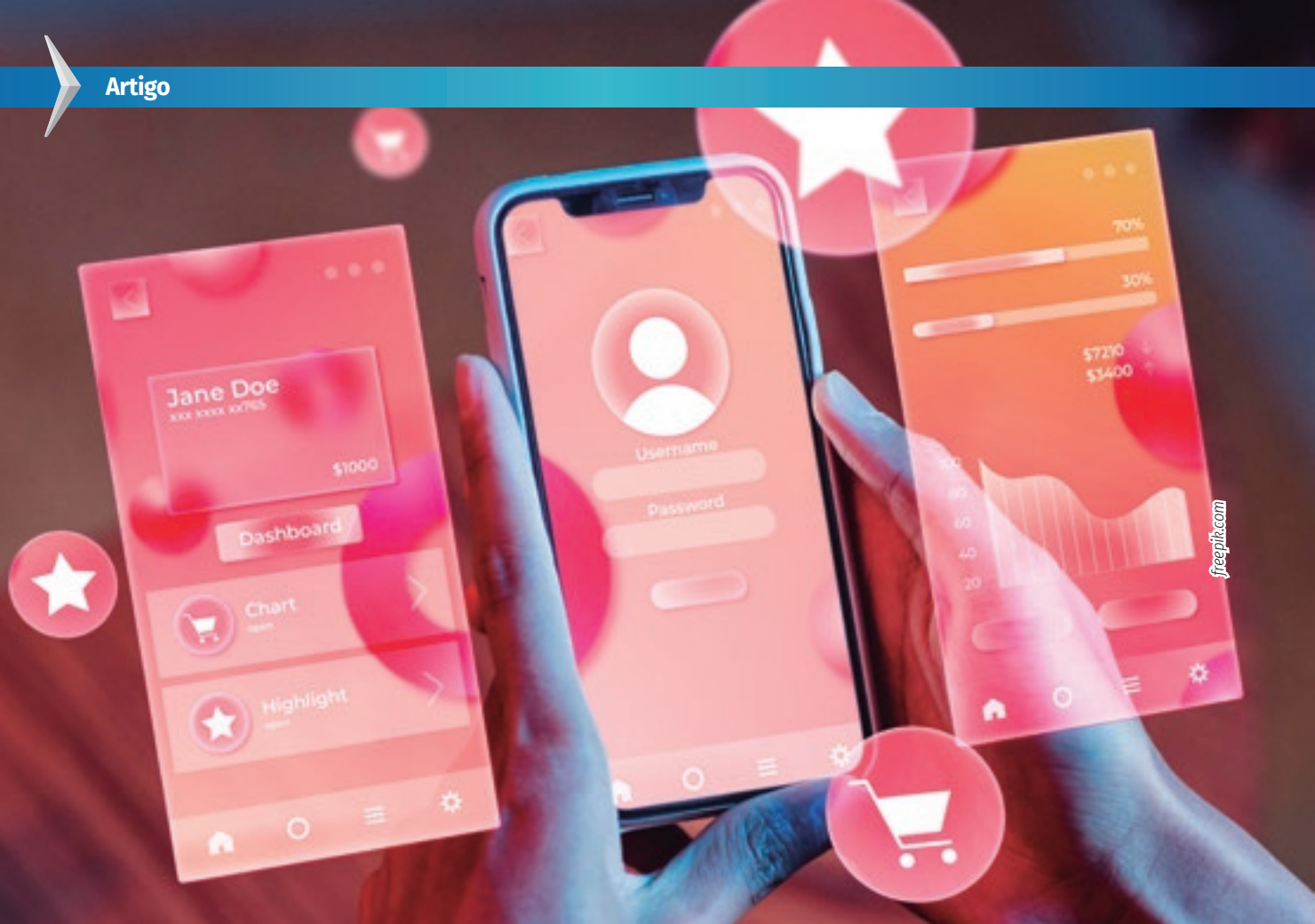


# Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista

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	fev/23	mar/23	abr/23	mai/23	jun/23
<b>Estado de São Paulo</b>	Autopeças e acessórios	1.043.102.522	1.241.030.844	1.051.431.760	1.244.784.599	1.186.254.270
	Concessionárias de veículos	3.510.986.603	4.586.649.872	3.764.607.889	4.332.870.859	4.599.718.257
<b>Capital</b>	Autopeças e acessórios	333.743.123	389.654.684	335.167.719	408.158.304	387.574.586
	Concessionárias de veículos	1.466.886.389	1.915.392.260	1.553.644.348	1.776.279.750	1.846.243.379
<b>ABCD</b>	Autopeças e acessórios	39.719.417	47.843.654	41.324.278	47.229.833	47.005.525
	Concessionárias de veículos	219.616.115	287.260.280	247.027.158	274.555.163	307.129.195
<b>Araçatuba</b>	Autopeças e acessórios	24.867.173	28.818.127	22.139.847	24.505.548	26.068.165
	Concessionárias de veículos	39.335.940	49.268.008	42.287.659	45.939.769	45.665.408
<b>Araraquara</b>	Autopeças e acessórios	26.727.780	30.812.375	26.463.288	29.952.527	30.261.556
	Concessionárias de veículos	83.073.468	110.392.003	93.351.508	109.004.834	114.316.356
<b>Bauru</b>	Autopeças e acessórios	55.898.916	72.114.155	56.097.247	64.668.273	63.455.707
	Concessionárias de veículos	91.591.459	115.015.658	90.425.140	105.600.347	118.007.251
<b>Campinas</b>	Autopeças e acessórios	142.701.182	166.608.087	139.091.798	173.856.624	161.853.456
	Concessionárias de veículos	431.398.542	567.693.031	474.645.371	560.349.357	596.078.215
<b>Guarulhos</b>	Autopeças e acessórios	82.934.914	99.256.468	88.398.412	102.368.979	97.873.206
	Concessionárias de veículos	82.033.600	103.958.578	91.624.221	97.335.605	120.613.562
<b>Jundiaí</b>	Autopeças e acessórios	51.800.087	61.156.231	51.306.749	60.454.997	55.159.636
	Concessionárias de veículos	135.353.016	169.305.493	142.093.585	167.005.329	178.708.835
<b>Litoral</b>	Autopeças e acessórios	36.580.078	41.928.026	36.521.902	40.192.362	38.755.125
	Concessionárias de veículos	125.594.254	163.325.016	137.895.342	166.083.557	169.927.139
<b>Marília</b>	Autopeças e acessórios	23.073.540	26.953.041	20.434.476	23.823.576	22.428.274
	Concessionárias de veículos	38.156.538	51.972.508	43.715.513	47.683.227	55.233.822
<b>Osasco</b>	Autopeças e acessórios	18.174.472	23.681.594	22.771.008	24.511.947	22.994.139
	Concessionárias de veículos	95.856.766	121.414.404	105.361.689	121.507.471	121.855.000
<b>Presidente Prudente</b>	Autopeças e acessórios	14.290.955	17.218.601	13.215.866	15.420.625	15.271.929
	Concessionárias de veículos	36.369.070	47.998.339	40.036.725	41.401.813	51.733.805
<b>Ribeirão Preto</b>	Autopeças e acessórios	88.992.885	111.134.353	95.064.139	113.967.721	102.956.811
	Concessionárias de veículos	222.561.775	294.598.663	240.702.005	275.293.311	289.006.000
<b>São José do Rio Preto</b>	Autopeças e acessórios	34.659.881	42.331.034	34.357.790	39.731.420	38.937.214
	Concessionárias de veículos	102.801.259	134.099.831	102.777.287	122.032.418	129.345.434
<b>Sorocaba</b>	Autopeças e acessórios	37.910.001	45.091.494	38.022.201	41.451.342	42.648.300
	Concessionárias de veículos	187.191.721	247.618.965	198.197.309	227.802.230	246.273.634
<b>Taubaté</b>	Autopeças e acessórios	31.028.118	36.428.920	31.055.040	34.490.520	33.010.641
	Concessionárias de veículos	153.166.691	207.336.835	160.823.030	194.996.677	209.581.224

	jul/23	ago/23	set/23	out/23	nov/23	dez/23	jan/24	
	1.202.905.539	1.257.530.882	1.187.400.732	1.240.054.412	1.216.672.461	1.238.298.945	1.268.681.297	<b>Estado de São Paulo</b>
	4.577.897.252	4.836.033.910	4.498.098.533	4.659.246.725	4.826.116.824	4.698.459.201	4.532.158.959	
	374.621.033	388.715.548	384.829.285	394.366.926	389.058.990	389.740.067	391.124.117	<b>Capital</b>
	1.845.946.401	1.905.272.140	1.782.319.211	1.831.760.584	1.964.013.392	1.888.412.512	1.809.808.796	
	47.263.986	50.146.788	48.908.674	50.412.951	49.855.889	52.353.948	52.092.745	<b>ABCD</b>
	298.545.752	301.818.350	287.445.017	276.116.730	296.105.679	278.251.910	278.581.583	
	26.547.301	28.179.666	28.431.673	29.988.340	29.223.588	26.346.898	29.140.308	<b>Araçatuba</b>
	49.406.640	52.394.315	44.230.571	45.611.026	49.183.880	45.143.439	43.022.107	
	30.720.046	31.893.488	27.510.979	28.833.972	26.889.309	27.837.331	29.590.447	<b>Araraquara</b>
	114.868.388	120.643.028	116.667.738	111.734.898	117.567.549	117.938.755	119.701.204	
	67.525.113	67.338.209	71.355.033	63.338.422	59.755.260	61.323.007	65.282.745	<b>Bauru</b>
	117.172.772	121.574.435	119.214.663	118.947.976	134.447.701	123.585.890	116.817.847	
	172.024.757	174.548.812	157.926.277	162.358.456	162.270.930	169.254.451	169.560.601	<b>Campinas</b>
	590.527.830	683.442.146	594.282.156	692.833.840	653.635.113	658.690.594	602.672.085	
	100.458.475	109.752.048	95.602.955	103.614.045	105.925.867	122.434.991	116.630.482	<b>Guarulhos</b>
	104.993.143	114.521.774	109.605.872	108.290.421	117.936.288	105.664.533	105.297.276	
	56.590.679	59.302.642	53.785.798	61.597.468	63.231.547	63.997.975	69.323.756	<b>Jundiaí</b>
	179.160.049	176.963.061	165.337.859	165.868.514	174.090.049	171.227.234	172.465.621	
	40.016.817	41.552.208	38.336.395	40.709.681	40.559.266	41.153.051	42.005.349	<b>Litoral</b>
	166.327.513	169.899.228	155.595.636	166.534.282	160.848.811	149.809.239	157.024.219	
	23.977.465	25.454.255	23.882.122	23.358.382	23.239.248	20.131.770	20.140.377	<b>Marília</b>
	52.275.705	59.432.087	55.291.320	52.040.213	60.398.137	57.825.433	60.075.492	
	23.414.336	23.595.004	22.595.429	23.237.356	25.234.352	26.587.965	24.303.498	<b>Osasco</b>
	124.182.704	133.560.242	124.205.257	129.248.175	135.266.703	121.205.197	122.513.900	
	15.927.409	18.358.614	13.312.688	17.501.043	13.858.963	15.024.889	15.629.298	<b>Presidente Prudente</b>
	49.183.804	56.429.791	46.904.793	47.333.567	47.469.644	52.029.251	44.341.692	
	105.567.826	113.731.825	106.433.108	116.605.411	107.326.724	98.884.808	110.544.399	<b>Ribeirão Preto</b>
	298.677.796	316.620.734	298.341.537	308.954.570	311.734.850	307.706.756	315.743.567	
	39.221.124	41.200.108	38.483.980	42.134.012	40.102.989	38.025.031	44.274.155	<b>São José do Rio Preto</b>
	130.609.285	140.691.669	129.406.102	145.032.322	151.678.764	144.515.898	141.549.151	
	43.863.410	47.815.730	42.979.071	45.469.666	42.969.321	45.643.885	47.944.765	<b>Sorocaba</b>
	255.694.229	269.957.843	263.491.577	256.204.194	247.087.142	269.914.194	247.949.492	
	35.165.763	35.945.937	33.027.265	36.528.280	37.170.218	39.558.876	41.094.255	<b>Taubaté</b>
	200.325.241	212.813.066	205.759.225	202.735.414	204.653.123	206.538.366	194.594.926	



## Cinco dicas para melhorar a experiência do usuário em apps

O investimento por parte das empresas em inovação, ferramentas de automação, utilização de Inteligência Artificial e capacitação dos times de Customer Experience tem se tornado cada vez maior, como no caso da Idea Maker. Com mais de 12 anos de atuação, a empresa ultrapassou em 2023 a marca de 5 milhões de clientes por meio de seus mais de 20 aplicativos e é uma das principais desenvolvedoras de apps no país.

Buscando evolução constante para proporcionar melhor experiência de navegação, a empresa de tecnologia oferece atendimento omnichannel que combina IA com uma equipe de especialistas capacitados, promovendo maior agilidade na resolução, personalização das respostas, feedback constante dos clientes e usuários, segurança e inovação.

Com o acesso hoje a uma grande variedade de aplicativos, existe uma concorrência crescente entre o melhor

desempenho de cada um, logo, a proposta de aprimorar a experiência de usuário (UX) pode ser uma decisão de suma importância para se destacar no mercado. Um estudo realizado pela Dynatrace apontou que, caso o aplicativo apresente algum erro, cerca de 75% dos usuários desistem de utilizá-lo.

A partir de análises comportamentais, a Idea Maker desenvolveu mapas de jornada dos usuários para identificar oportunidades de melhoria e, com base nos resultados, realizou um investimento em automação, utilização de IA e capacitação dos times de Customer Experience.

Guilherme Pironi, UX Design Lead na Idea Maker, aponta a necessidade de levar para o digital aprendizados de experiências no mundo físico.

“É fácil perceber a importância de uma boa experiência para o usuário quando pensamos nesta versão ‘analógica’

# AUTOP

2024

A AUTOP  
proporciona uma  
oportunidade  
única para  
estabelecer

# conexões

valiosas com  
profissionais,  
empresas e líderes  
de destaque no  
setor automotivo.

EXCLUSIVO PARA  
PROFISSIONAIS DO SETOR

21 — 24  
Agosto

Centro de  
Eventos do  
Ceará

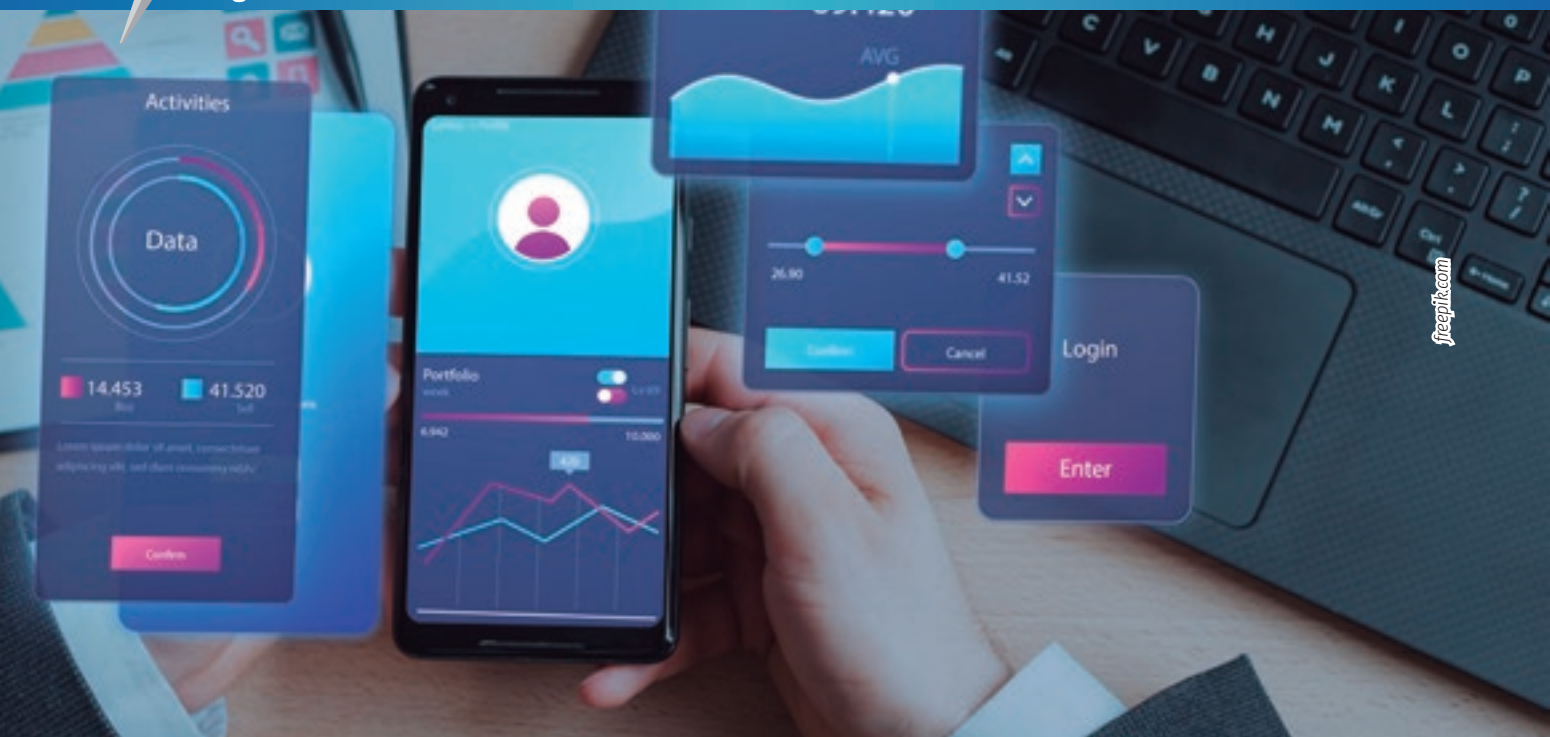
[WWW.AUTOPCEARRA.COM.BR](http://WWW.AUTOPCEARRA.COM.BR)

ORGANIZAÇÃO, PROMOÇÃO E REALIZAÇÃO

 SSA  
Sistema  
Sindicatas  
Associações  
Assomatos

APOIO

 SEBRAE



das coisas: como é importante ser bem atendido em uma loja, onde está tudo bem organizado, os atendentes são bem preparados e o processo de escolher, experimentar e comprar seu produto acontece de maneira prazerosa. Basta pensar no aplicativo como a versão digital desta experiência”.

Já a CXO da Idea Maker, Aline Pupim, destaca que a empresa deu um passo importante em 2023, visando a melhoria contínua da experiência do usuário, com a criação do CEU (Comitê de Experiência do Usuário). A iniciativa promove reuniões semanais dedicadas exclusivamente à discussão e ao aperfeiçoamento dos produtos, com foco prioritário na usabilidade e satisfação dos usuários.

Com base nas principais soluções discutidas no comitê, a especialista separou 5 dicas para aperfeiçoar a navegação do usuário nos aplicativos:

**1. Ações baseadas em dados:** uma gestão embasada em dados é essencial, possibilitando análises mais precisas de comportamento dos usuários, pontos de abandono, taxas de conversão, retenção e LTV (lifetime value), por exemplo. No caso da Idea Maker, são realizadas pesquisas com clientes e usuários para entender suas necessidades, expectativas e comportamentos. Com base em análises de comportamento, são criados mapas de jornadas dos usuários, a fim de identificar oportunidades de melhoria.

**2. Entender o cliente:** o entendimento do cliente significa levantar informações de quem são essas pessoas e como

elas estão se relacionando com seu produto (ou como irão se relacionar, caso o produto ainda não tenha sido lançado); isso é feito por meio de pesquisas com seus possíveis usuários e demais partes envolvidas.

**3. Profissionais qualificados:** este tópico é necessário para assegurar que as informações corretas serão coletadas nestas pesquisas, bem como sua interpretação e transformação no produto final feitas por pessoas qualificadas para conduzir o processo. Afinal, é preciso transformar preferências pessoais dos clientes em textos, cores e botões na tela, e isto necessita de um profissional bem treinado.

**4. Personalização da experiência:** outro ponto relevante que visa a satisfação do consumidor é a personalização, uma estratégia fundamental na construção de fidelização e um bom relacionamento, já que clientes que possuem uma experiência personalizada estão propensos a se envolver com a empresa, interagir e fornecer feedbacks, possibilitando assim análises mais robustas de perfil e comportamento, por exemplo.

**5. Investimento na área:** o investimento em ferramentas e automações possibilita atuar em prol de uma experiência positiva do cliente, que pode atrair novos usuários e auxiliar na construção de uma base de clientes leais que contribuem para o crescimento sustentável da empresa. ■





**LS Indústria e Comércio de Auto Peças Ltda**

Cinto de segurança salva vidas.



**Linha Leve**



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

**Linha Pesada/Vans**



Fábrica I

Tel.: 11 2236-7906

2236-5045

2256-5222

Fax: 11 2256-5056



Fábrica II

Tel.: 11 4449-5201

4819-9559

4819-9561

4449-4622

Fax: 11 4819-9560

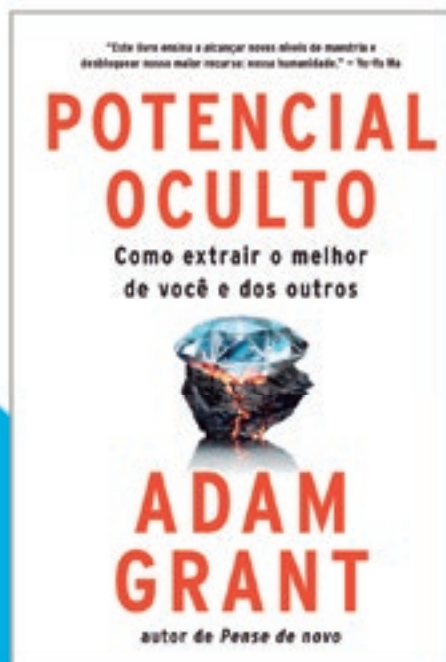
**Visite nosso site**

[www.ls-industria.com.br](http://www.ls-industria.com.br)

[lsindustria@ig.com.br](mailto:lsindustria@ig.com.br)

[lsindustria@hotmail.com](mailto:lsindustria@hotmail.com)





## COMO DESBRAVAR SEU POTENCIAL OCULTO?

Em livro, especialista ensina táticas para extrair sempre o melhor de si e dos outros

São diversas (e muito variadas) as teorias a respeito de como alcançar o sucesso. Há quem diga que nascemos com determinadas características e qualidades que são suficientes para nos alçar ao sucesso profissional. Há, porém, quem diga que a prática pode levar qualquer um à excelência em qualquer atividade.

Chega às livrarias neste início de ano uma obra que pretende explorar melhor ao menos uma dessas visões. No livro *Potencial Oculto* (Editora Sextante, 288 páginas, R\$ 60), Adam Grant reúne evidências científicas, insights inovadores e uma narrativa vívida para mostrar que o progresso depende mais do quanto você aprende do que do quanto você se esforça.

“Muita gente acredita que talento é uma característica inata, e não algo que se desenvolve com o tempo.

Celebramos alunos com vocação acadêmica, atletas que nasceram para o esporte e crianças prodígio na música. Mas ninguém precisa ser superdotado para obter grandes conquistas. Meu objetivo é mostrar como todos nós podemos alcançar o sucesso”, explica no livro.

O autor procura oferecer uma nova perspectiva sobre como aumentar suas aspirações e superar expectativas. Grant demonstra ainda que o crescimento não tem a ver com o dom que você possui, e sim com o caráter que você desenvolve.

O autor é reconhecido atualmente como um dos estudiosos mais influentes na área de recursos humanos. Como professor, além de ser o mais bem avaliado da Wharton School, foi considerado um dos 40 melhores docentes de administração com menos de 40 anos. Em seu livro, Grant explora como fortalecer as habilidades

necessárias para realizar nosso próprio potencial e, ao mesmo tempo, criar oportunidades para aqueles que foram negligenciados pelo sistema.

“Evidências recentes enfatizam a importância das condições de aprendizado. Para dominar um novo conceito na matemática ou num segundo idioma, por exemplo, costuma ser necessário praticar esse conhecimento sete ou oito vezes. Essa quantidade de repetições vem surtindo efeito em milhares de alunos, do ensino básico à faculdade”, explica.

“É claro que alguns alunos conseguem dominar certas áreas praticando menos. Mas não porque aprendem mais rápido (eles progridem no mesmo ritmo que os colegas). O que parece determinante é o fato de chegarem à primeira aula com mais conhecimento inicial sobre o tema – porque já estudaram algo parecido ou se prepararam com antecedência, sozinhos ou não. Muitas vezes, o que parece uma habilidade natural é fruto de motivação e oportunidade”, completa.

Grant ressalta que, ao avaliar o potencial de outra pessoa, cometemos o erro de nos concentrar nos pontos de partida, ou seja, nas habilidades mais aparentes. Com isso, num mundo obcecado por talento inato, presumimos que as pessoas mais promissoras são as que se destacam desde o começo.

“Mas, a verdade é que quem apresenta melhor desempenho costuma ter um histórico de altos e baixos. Se julgarmos uma pessoa apenas pelo que consegue fazer no primeiro dia, o potencial dela permanecerá oculto. Não dá para saber aonde alguém chegará apenas olhando o ponto de partida. Com oportunidade e motivação para aprender, todo mundo é capaz de desenvolver habilidades incríveis. Potencial não se resume ao começo; tem a ver com a distância percorrida. Precisamos nos concentrar menos na largada e mais no trajeto”, completa.

### Caráter além dos princípios

Ao longo do livro, através de exemplos claros e didáticos, o autor aborda também a importância do caráter para atingir o potencial esperado. No entanto, não se trata de caráter relacionado simplesmente a “ter princípios”.

Trata-se da capacidade aprendida de viver de acordo com esses princípios, segundo ele.

“Habilidades de caráter permitem que um procrastinador inveterado cumpra um prazo para alguém com quem se importa muito, que um introvertido tímido encontre coragem para denunciar uma injustiça e que o valentão da turma evite trocar socos com seus companheiros de time antes de um jogo importante. São essas as habilidades de jardim de infância que cultivam”, explica.

Para falar sobre todos esses conceitos, o autor divide seu livro em três partes. Na primeira, analisa justamente habilidades de caráter específicas que nos ajudam a voar mais alto. Na segunda parte, Grant ensina a criar estruturas e manter a motivação.

“Mesmo com fortes habilidades de caráter, ninguém está imune ao esgotamento, às dúvidas ou à estagnação. Mas, para ter ganhos significativos, não é necessário trabalhar em excesso nem chegar ao burnout”, completa no livro.

Na terceira parte, o autor mostra como desenvolver sistemas para expandir oportunidades. De acordo com ele, as portas que a sociedade deveria abrir para talentos promissores costumam ser fechadas para quem enfrenta os maiores obstáculos. “Para cada sortudo que alcança o sucesso após ter sido desmerecido ou ignorado, há milhares que nunca conseguem uma chance. Você aprenderá a montar equipes, escolas e instituições que incentivem o potencial em vez de desperdiçá-lo”, complementa.

Vale a leitura, principalmente porque o autor se propõe a apresentar estudos e linguagem técnica, sem deixar de compartilhar um conteúdo que, ao final, é muito motivador.

“Quando admiramos grandes profissionais, pensadores e líderes, com frequência avaliamos apenas seu desempenho. Isso nos leva a admirar as pessoas que conquistaram mais e a ignorar quem conquistou muito com o mínimo. A verdadeira medida do nosso potencial não é a altura máxima que alcançamos, mas quanto precisamos escalar para chegar até lá”, completa o autor. ■

# Números do setor automotivo

## Licenciamento de automóveis novos nacionais

O Brasil fechou o primeiro trimestre do ano com alta no número de licenciamentos de autoveículos novos nacionais na comparação com o mesmo período de 2023. A alta foi sustentada principalmente pela categoria de veículos leves, já que caminhões e ônibus obtiveram decréscimo. Quando se leva em consideração o avanço mensal entre fevereiro e março, houve alta em todas as frentes, com destaque para caminhões e ônibus, cada um na faixa dos 20%. O resultado de março foi o melhor de 2024 até o momento. Além disso, o primeiro trimestre do ano registrou os melhores números desde 2021.

Unidades	2024			2023		VARIÇÕES PERCENTUAIS		
	MAR A	FEV B	JAN/MAR C	MAR D	JAN/MAR E	A/B	A/D	C/E
<b>Total</b>	157.124	137.139	424.395	171.426	406.281	14,6	-8,3	4,5
Veículos leves	146.126	127.920	395.262	159.878	373.737	14,2	-8,6	5,8
Automóveis	116.272	101.491	314.158	129.820	307.291	14,6	-10,4	2,2
Comerciais leves	29.854	26.429	81.104	30.058	66.446	13,0	-0,7	22,1
Caminhões	9.385	7.882	25.032	8.978	26.328	19,1	4,5	-4,9
Semileves	71	82	236	104	257	-13,4	-31,7	-8,2
Leves	792	604	1.911	885	2.393	31,1	-10,5	-20,1
Médios	685	625	1.945	911	2.235	9,6	-24,8	-13,0
Semipesados	2.527	2.237	6.825	2.951	7.765	13,0	-14,4	-12,1
Pesados	5.310	4.334	14.115	4.127	13.678	22,5	28,7	3,2
Ônibus	1.613	1.337	4.101	2.570	6.216	20,6	-37,2	-34,0

Mil unid.	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	ANO
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
2024	130,1	137,1	157,1										424,4

Fonte: Renavam/Denatran.

## Produção de automóveis montados

Em relação à produção de autoveículos montados, o cenário foi de estabilidade no primeiro trimestre, com leva alta de 0,4% ante ao mesmo período de 2023. Nessa comparação, o segmento de veículos leve obteve discreta retração (1%), enquanto os caminhões e ônibus registraram movimentações muito positivas. Quando se leva em consideração a evolução entre fevereiro e março, entretanto, todos os segmentos apresentaram alta. Assim como ocorreu com os licenciamentos de autoveículos novos nacionais, o primeiro trimestre de 2024 foi o melhor período desde 2021, superando anos de instabilidades.

Unidades	2024			2023		VARIÇÕES PERCENTUAIS		
	MAR A	FEV B	JAN/MAR C	MAR D	JAN/MAR E	A/B	A/D	C/E
<b>Total</b>	195.751	189.684	537.999	221.835	536.019	3,2	-11,8	0,4
Veículos leves	181.901	177.254	502.182	207.552	507.507	2,6	-12,4	-1,0
Automóveis	143.419	140.688	401.132	167.662	416.416	1,9	-14,5	-3,7
Comerciais leves	38.482	36.566	101.050	39.890	91.091	5,2	-3,5	10,9
Caminhões	11.224	10.162	29.327	12.325	24.497	10,5	8,9	19,7
Semileves	62	27	136	153	565	129,6	-59,5	-75,9
Leves	1.329	1.179	4.145	1.689	4.074	12,7	-21,3	1,7
Médios	324	196	682	420	994	65,3	-22,9	-31,4
Semipesados	2.835	2.000	6.959	3.574	6.610	41,8	-20,7	5,3
Pesados	6.674	6.760	17.405	6.489	12.254	-1,3	2,9	42,0
Ônibus	2.626	2.268	6.490	1.958	4.015	15,8	34,1	61,6
Rodoviário	431	380	1.075	233	477	13,4	85,0	125,4
Urbano	2.195	1.888	5.415	1.725	3.538	16,3	27,2	53,1

Mil unid.	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	ANO
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
2024	152,6	189,7	195,8										538,0

Fonte: Renavam/Denatran.

## Roles completa 55 anos de mercado

Com mais de 35 mil produtos em portfólio e 36 filiais distribuídas por todo o Brasil, a Roles comemora 55 anos de atuação. As atividades da empresa começaram em 1969, no estado de São Paulo, inicialmente como uma distribuidora de rolamentos, o que originou o nome da empresa. As décadas seguintes marcaram a chegada de novos sócios e a implementação do Projeto Filiais, que fortaleceu a Roles e a aproximou dos seus clientes. Com um investimento agressivo na abertura de novas unidades pelo país, em 1976 foi inaugurada a primeira filial fora de São Paulo, em Maringá, no Paraná. Em 1980, a empresa uniu-se às marcas do Grupo Comolatti, aumentando sua expressão no segmento e expandindo todas as suas vertentes.

A Roles seguiu crescendo, com o apoio de seus colaboradores, fornecedores e clientes, passando por fusões e transformações, sempre inovando e visando o futuro. Como em 1990, quando a marca foi a primeira distribuidora de autopeças a ter um site na internet. Ao longo dos anos,



a empresa investiu na qualificação do seu pós-venda, conquistando uma ótima relação e alta satisfação dos seus clientes. “Com tradição, credibilidade e pioneirismo, a Roles completa essa data expressiva tendo em seu portfólio os melhores produtos das mais renomadas marcas do mercado, distribuição em todo o Brasil, atendimento personalizado e a confiança dos seus colaboradores, fornecedores e clientes”, destaca a empresa.

## Cofap amplia linha de amortecedores para veículos híbridos e elétricos

A Marelli Cofap Aftermarket anunciou a ampliação de sua linha de amortecedores para veículos elétricos e híbridos com o lançamento do componente para a suspensão traseira do SUV Kia Stonic. “Esta expansão reforça o compromisso da empresa em atender às necessidades emergentes do mercado brasileiro de mobilidade sustentável”, informa. Além disso, a expansão da linha de amortecedores Cofap para híbridos e elétricos no mercado de reposição reflete o crescimento significativo da frota de veículos com essas tecnologias no Brasil. De acordo com dados da ABVE (Associação Brasileira do Veículo Elétrico), já são mais de 100 mil veículos elétricos e híbridos leves circulando no país.

O portfólio Cofap já oferece aplicações para Caoa Chery Arrizo 5e, Nissan Leaf, Chevrolet Bolt, Toyota Corolla Hybrid, Corolla Cross Hybrid e Prius. E, além desses modelos, a marca está trabalhando nos projetos dos amortecedores para o Renault Zoe, o Fiat 500e e Renault Kwid E-tech. É importante ressaltar que os amortecedores para veículos



eletrificados mantêm as características de funcionamento, montagem e durabilidade daqueles projetados para veículos com motores a combustão, sendo projetados para atender as especificações desse tipo de veículo que possui algumas características peculiares, como centro de gravidade mais baixo em comparação com os veículos de propulsão convencional.

## Especialista da TAKAO fala sobre como evitar o Fenômeno LSPI

A TAKAO, marca de componentes para motor comercializada pela Goop Distribuidora, ressalta a possibilidade de ocorrência do LSPI (Low Speed Pre Ignition ou Pré-ignição em baixa velocidade), um fenômeno que acomete a nova geração de veículos equipados com a redução do tamanho dos propulsores nos motores a combustão interna. O movimento de downsizing é feito para melhorar os índices de consumo e emissões, sem a perda de potência e torque do veículo.

“O LSPI é um fenômeno de combustão irregular, que ocorre nos modernos motores de injeção direta de combustível. Ele aparece quando a mistura ar-combustível dentro da câmara de combustão entra em ignição prematuramente e de forma não controlada, antes da centelha da vela”, explica Marlon Silva, coordenador técnico da TAKAO. A prevenção da LPSI envolve cuidados com o uso de combustíveis e lubrificantes de boa procedência e indicados pelo fabricante, combinados



à realização da manutenção preventiva, com especial atenção ao sistema de ignição, incluindo cabos, bobinas e velas. No entanto, os reparos dos danos causados são extensos e envolvem a substituição dos componentes avariados, quando não, do cabeçote ou bloco do motor.

## Veículos eletrificados crescem 145% no trimestre

Março encerrou o primeiro trimestre de 2024 com ótimos números para o mercado de veículos leves eletrificados no Brasil, posicionando-se como o segundo melhor mês da série histórica da ABVE (Associação Brasileira do Veículo Elétrico), com 13.613 emplacamentos. De janeiro a março, as vendas de eletrificados chegaram a 36.090 e bateram mais um recorde, com aumento de 145% sobre o mesmo período do ano anterior (14.786).

Os 13.613 emplacamentos de março representam um crescimento de 127% sobre março de 2023 (5.989). As vendas do mês só foram superadas pelo recorde de dezembro de 2023 (16.279). Esse desempenho é impulsionado por uma série de fatores, incluindo investimentos na infraestrutura de recarga, incentivos do programa governamental Mover, uma ampla oferta de modelos e campanhas de divulgação realizadas pelas montadoras. “Os números confirmam



o que temos afirmado há vários meses: o consumidor brasileiro gosta cada vez mais do veículo elétrico e dá preferência aos produtos mais modernos e sustentáveis”, disse o presidente da ABVE, Ricardo Bastos.

## Tecfil lança novo conceito “O Original do Brasileiro”

A Tecfil, fabricante de filtros da América Latina, apresenta ao mercado seu novo conceito: “O Original do Brasileiro”. Com esta iniciativa, a empresa busca fortalecer ainda mais sua posição como fabricante nacional que fornece produtos originais para as principais montadoras do País. “Fornecemos produtos originais para as principais montadoras e queremos valorizar este atributo, tanto por meio deste novo conceito de comunicação quanto em nossas peças publicitárias”, conta Plínio Fazol, gerente de Marketing e de Desenvolvimento de Novos Produtos da Tecfil, ao destacar que a Tecfil é líder de mercado e exporta para mais de 60 países. “Somos uma indústria nacional que compete de igual para igual com as multinacionais deste segmento”, completa.

A nova identidade visual traz traços que traduzem a brasilidade da Tecfil e do próprio produto, criando maior conexão com o público, de forma alinhada ao DNA da



empresa. “Desde a qualidade dos produtos até a excelência no atendimento ao cliente, cada aspecto do novo conceito ‘O Filtro Original dos Brasileiros’ transpira nossa paixão pela autenticidade e pelo orgulho de sermos brasileiros”, ressalta Fazol.

## Contas públicas têm déficit de R\$ 48,7 bilhões em fevereiro

As contas públicas fecharam o mês de fevereiro com saldo negativo, resultado principalmente do déficit do governo federal, em razão da antecipação do pagamento de precatórios em 2024. O setor público consolidado – formado pela União, pelos Estados, municípios e empresas estatais – registrou déficit primário de R\$ 48,692 bilhões no mês de fevereiro, ante déficit de R\$ 26,453 bilhões no mesmo mês de 2023.

As Estatísticas Fiscais foram divulgadas no início de abril pelo Banco Central (BC). O déficit primário representa o resultado negativo das contas do setor público (despesas menos receitas), desconsiderando o pagamento dos juros da dívida pública. Nos dois primeiros meses do ano, o setor público consolidado registrou superávit primário de R\$ 53,455 bilhões. Em 12 meses - encerrados em fevereiro - as contas acumulam déficit primário de R\$ 268,229 bilhões,



o que corresponde a 2,44% do Produto Interno Bruto (PIB, a soma de todos os bens e serviços produzidos no país). Em 2023, as contas públicas fecharam o ano com déficit primário de R\$ 249,124 bilhões, 2,29% do PIB.

Fonte: Agência Brasil





## Pequenos negócios foram responsáveis por 60% das vagas de emprego em fevereiro

Em fevereiro, as micro e pequenas empresas foram responsáveis por gerar aproximadamente 58% das vagas de empregos criadas no Brasil. Do total de 306 mil postos, os pequenos negócios realizaram 177 mil novas contratações. O levantamento foi feito pelo Sebrae a partir de dados do Caged. De acordo com o estudo, o resultado alcançado pelas MPE em fevereiro foi 21% maior que o verificado no mesmo mês em 2023. Para o presidente do Sebrae, Décio Lima, os números do Caged reforçam a expectativa de continuidade de crescimento do PIB e demonstram a força dos pequenos negócios para a economia do país.

Das quase 475 mil novas vagas criadas nos dois primeiros meses no país, cerca de 60% estavam nas MPE. Um saldo de novos empregos 29% superior ao verificado no mesmo período do ano passado. Em fevereiro, os setores de Serviços (96,4 mil), Indústria da Transformação (27,2 mil) e Construção



(25,8 mil) foram os que mais contribuíram para a geração de empregos nas MPE. Nas médias e grandes empresas (MGE), os setores responsáveis pela criação de vagas de trabalho foram semelhantes aos pequenos negócios: Serviços (69,4 mil), Indústria da Transformação (24,9 mil) e Construção (9,5 mil). Agropecuária e Comércio tiveram saldo negativo (6,2 mil e 262 vagas, respectivamente).

## Balança comercial tem superávit de US\$ 7,482 bilhões em março

A queda de preços da soja e do petróleo e o feriado de Semana Santa fizeram o superávit da balança comercial cair em março. No mês, o país exportou US\$ 7,482 bilhões a mais do que importou, informou o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. O resultado representa queda de 30,4% em relação ao mesmo mês do ano passado, mas é o terceiro melhor para meses de março, só perdendo para o recorde de março de 2022 (US\$ 10,751 bilhões) e de 2023 (US\$ 7,613 bilhões).

Apesar do saldo positivo menor em março, a balança comercial acumula superávit de US\$ 19,078 bilhões nos três primeiros meses de 2024. Este é o maior resultado para o período desde o início da série histórica, em 1989. O valor representa alta de 22,2% em relação aos mesmos meses do ano passado. Quanto ao resultado mensal, as



exportações caíram em ritmo maior que o da queda das importações. Em março, o Brasil vendeu US\$ 27,98 bilhões para o exterior, recuo de 14,8% em relação ao mesmo mês de 2023. As compras do exterior somaram US\$ 20,498 bilhões, queda de 7,1%. Parte dessa diminuição se deve ao menor número de dias úteis em março desde ano, por causa do feriado prolongado da Semana Santa.

Fonte: Agência Brasil

# OS BRINDES ESTÃO A TODA VELOCIDADE!

Confira as novas tendências do mercado e surpreenda a todos!



**50051**  
Kit de Ferramentas



**51025**  
Lixocar de Couro  
Sintético



**44032**  
Mouse Pad Porta  
Celular e Canetas

**84002**  
Base de Mesa  
Com 2 Potes



**59294**  
Botton com Imã



**1623**  
Conjunto de Roller  
e Esferográfica

**60086**  
Chaveiro Roda



**50007**  
Kit de Ferramentas



**62081**  
Chaveiro Metal  
Caminhão



**62056**  
Chaveiro Metal  
Carro



**89355**  
**Kit Vinho**  
**4 Peças**



**86066**  
**Kit Vinho**  
**Xadrez 4 peças**



**71429**  
**Copo Térmico**  
**Multiuso Inox**



**BC91125**  
**Necessaire**



**71285**  
**Copo Térmico**  
**Inox 500ml**



**70419**  
**Garrafa de**  
**Desporto 1,2L**



**86112**  
**Manga**  
**Refrigeradora**



**94059**  
**Saco de viagem**



**70324**  
**Garrafa Térmica 500ml**



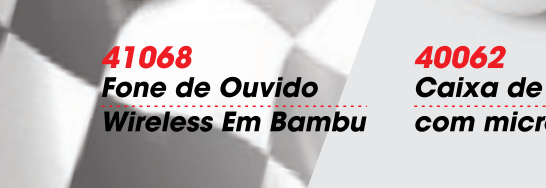
**90035**  
**Mochila para**  
**notebook 17"**



**90221**  
**Mochila em Denim**



**94092**  
**Mochila em Denim**



**41068**  
**Fone de Ouvido**  
**Wireless Em Bambu**

**40062**  
**Caixa de som portátil**  
**com microfone**

**FAÇA SEU ORÇAMENTO**

- ✉ [comercial@branbrindes.com.br](mailto:comercial@branbrindes.com.br)
- 🌐 [www.brandbrindes.com.br](http://www.brandbrindes.com.br)
- ☎ (11) 95328-1316
- ☎ (11) 2600-1022



# QUEM ESCOLHE COFAP

ESTÁ SEMPRE BEM ACOMPANHADO



Líder de mercado, o amortecedor Cofap garante maior segurança, mais conforto e máxima durabilidade. Escolha a confiança da marca preferida por mecânicos e motoristas.



[www.mmcofap.com.br](http://www.mmcofap.com.br)

No trânsito, escolha a vida!

The Cofap logo, featuring a stylized diamond shape followed by the word "cofap" in a bold, lowercase sans-serif font.

Siga a Cofap nas redes sociais:

