nº 161 ano 25 novembro-dezembro 2019

revista Pellegrino

As principais tendências no varejo de autopeças, motopeças e acessórios

www.pellegrino.com.br

O SONHO DA REPOSIÇÃO É...

...liberdade para empreender, fim da corrupção, menos carga tributária, implantação da inspeção técnica veicular... É o que ouvimos de varejistas dos quatro cantos do país e dos principais dirigentes do setor

Agradecemos mais um ano de conquistas e o início de um novo amanhã.

A Schaeffler agradece cada conquista alcançada no ano que passou e renova suas energias para buscar desafios ainda maiores a cada dia. Desejamos a todos um Feliz Ano Novo e um Amanhã repleto de possibilidades.

Thiago Serrado
"Trabalho há mais de 10 anos com produtos da Schaeffler, sempre com grande confiança!"

Laércio Aparecido
"Há mais de 60 anos aplico os produtos da LuK, sempre com o respaldo da assistência técnica. Estou satisfeito com o produto."

Ivanilton Troy
"Tenho 29 anos de mecânico e sempre usei a marca LuK pela eficiência e qualidade na assistência técnica."

Acesse e cadastre-se no portal do reparador: **repxpert.com.br**

0800 11 10 29 | sac.br@schaeffler.com
www.schaeffler.com.br

/SchaefflerBrasil
/Company/Schaeffler
15 99798.6385

Faça revisões em seu veículo regularmente.

SCHAEFFLER

Que nossa parceria fique ainda mais forte em 2020

Por Gilmar Meneghini
Diretor de Vendas
Gilmar.Meneghini@pellegrino.com.br

Se tem algo que sempre chamou muita atenção na conduta dos empresários do varejo de autopeças é o misto de perseverança e capacidade de rápida adaptação e recuperação em situações desfavoráveis (resiliência).

Não é à toa, aliás, que vemos muitos negócios do setor resistirem e prosperarem décadas a fio, apesar de ambientes econômicos muitas vezes pouco amigáveis.

Pois bem, nossa percepção a esse respeito não só continua a mesma: ela se fortaleceu ainda mais precisamente ao vermos o resultado final desta edição da Revista Pellegrino, em que 22 clientes da Pellegrino nos quatro cantos do país e quatro dirigentes empresariais deram seu recado de como esperam que o ano de 2020 transcorra.

E que demonstração de equilíbrio, sensatez e, sobretudo, visão temos aqui!

São, muitas vezes, desejos até simples e de necessidade muito óbvia. Só para citarmos um exemplo, como não concordar com a adoção da inspeção técnica veicular? Uma medida requisitada pelo setor há vários anos dentre cujos resultados estará, certamente, a salvaguarda de muitas vidas desperdiçadas em nosso trânsito.

A lista de desejos, muitos deles coincidentes, não é pequena. Vai do fim da corrupção, passa por reformas, diminuição da carga tributária sufocante, maior liberdade para empreender, recuperação e crescimento da economia e alcançar a tecnologia e inovação voltadas para o setor. E se completa com o desejo de em 2020 continuar oferecendo aos clientes um atendimento de excelência, humanizado, capaz de trazer soluções práticas e eficientes, a preço justo e com agilidade na entrega.

Entre os objetivos da Pellegrino, por sua vez, estão ficar mais próxima dos clientes, ouvi-los mais e ser a número 1 em atendimento.

Para que isso seja efetivo, traduzindo-se em ações práticas e benefícios palpáveis, decidimos fortalecer nosso relacionamento com nossos clientes a partir da oferta de soluções de negócio, como a ferramenta COMPRE ONLINE e a Rede PitStop.

Você, muitas vezes, tem tanta urgência na aquisição de produtos para seu varejo que não pode esperar um fim de semana ou até mesmo uma noite para efetuar uma compra. A ferramenta COMPRE ONLINE é a solução ideal para tais situações. Em qualquer dia e a qualquer hora, você pode acessar nosso site, clicar no botão COMPRE ONLINE, fazer seu cadastro e se habilitar para tirar orçamentos e realizar pedidos. Muito mais agilidade e praticidade.

Nós, da Pellegrino, desejamos a você e sua família um 2020 repleto de conquistas e realizações.

VITRINE 10
A palavra de ordem é tematizar a loja para se diferenciar

GESTÃO 14
O novo ano é uma boa oportunidade pra dar aquela tunada nas atitudes

MERCADO 18
2020 pode ser aquela boa desculpa para buscar o sonhado novo CEP

ENTREVISTA 6
Mariano Perez, diretor comercial e marketing moto da Pirelli para a América Latina

MINHA HISTÓRIA 8
AP Dalmoro: iniciativa despretensiosa em 1991 já tem três endereços no RS

COMPORTAMENTO 30
Quais pegadas digitais você tem deixado?, por Flávio Moura

GIRO NO MERCADO 32
A revolução do carro elétrico: é hora de dar a partida

MATÉRIA DE CAPA 22

ARTIGO 40
Por que e como dar autonomia às pessoas, por Wellington Moreira

DIVIRTA-SE 42

EXPEDIENTE

A **REVISTA PELLEGRINO** é uma publicação bimestral da Pellegrino Distribuidora de Autopeças Ltda, dirigida aos revendedores de autopeças, motopeças e acessórios e aplicadores especializados em injeção a diesel

diretor de vendas
Gilmar Meneghini

publisher
Luciana Langer

coordenação
Departamento de Marketing Pellegrino: Barbara Gomes

produção editorial PO EDITORA
edição, jornalista responsável Paulo Oliveira (MTb 21.593)
texto Paulo Carneiro, Regina Ramoska, Rosiane Moro
colaboração Flávio Moura, Wellington Moreira
revisão Jefferson Lima
design Samuel Moreno
foto da capa iStockphoto
impressão Ipsis Gráfica e Editora
tiragem 16.000 exemplares

A reprodução parcial ou total de textos desta publicação é permitida mediante autorização prévia e citação da fonte.

CLUBE DO LEITOR PELLEGRINO
Rua Ernesto de Castro, 37A -Mooca
São Paulo (SP) – 03042-900
tel.: 0800-178288

Mande suas críticas e sugestões para a **REVISTA PELLEGRINO**:
revista.pellegrino@pellegrino.com.br

SABÓ
Trânsito seguro: eu faço a diferença.
SABÓ.
DISPARADA, A MARCA PREFERIDA PELOS MECÂNICOS.
A Sabó, referência mundial em sistemas de vedação, é a marca mais lembrada e comprada em Retentores e Juntas pelos mecânicos de todo o Brasil, de acordo com as principais pesquisas realizadas no mercado*. E isso é o que nos motiva a continuar trabalhando para oferecer as melhores soluções tanto para as montadoras como para o mercado de reposição.
*Pesquisas Cinau, Ipsos Marplan da Editora Novo Meio e Ibope/Conecta da Revista O Mecânico.
SABÓ
BAIXE NOSSO APP E CONFIRA O CATÁLOGO COMPLETO.
Google play
App Store
11 94289 4469 | 0800 77 12 155 | sabo.com.br
facebook.com/sabogrupo | youtube.com/sabogrupo | instagram.com/sabogrupo | twitter.com/sabogrupo

PIRELLI – MOTOS

Foco em maior valor agregado

Segundo Mariano Perez, diretor comercial e marketing moto da Pirelli para a América Latina, os pneus Pirelli reúnem alta tecnologia em todos os aspectos do produto, nas estradas e pistas de corrida

Por Paulo Carneiro

REVISTA PELLEGRINO A Pirelli tem 90 anos de atuação no mercado brasileiro de pneus. Em que medida essa experiência se traduz em benefícios para os proprietários de motocicletas? Quais são os diferenciais da marca?

MARIANO PEREZ A Pirelli possui como diferencial uma cadeia completa de pesquisa e desenvolvimento no Brasil. Nossa gama de produtos é composta em harmonia com as necessidades dos nossos clientes, levando-se em consideração as condições brasileiras. De fato, estamos fazendo 90 anos no país este ano e isso significa que temos um envolvimento muito forte com o mercado local.Além de nossas fábricas, o centro de Pesquisa e Desenvolvimento e os testes em campo, a tecnologia que usamos nos nossos pneus é um diferencial. Fora isso, também possuímos uma alta participação em equipamento original, e mais de 80% do mercado. Creio que isso demonstra nosso compromisso e parceria com as fabricantes, entregando produtos com qualidade e inovação que atendam às necessidades específicas de cada um. Isso só é possível graças, mais uma vez, à nossa capacidade técnica, quando falamos de pessoas, e tecnológica, quando falamos de processos produtivos.

RP Como funcionam o centro de Pesquisa e Desenvolvimento e o campo de provas? Os pneus para motos são submetidos aos mesmos testes de resistência que as outras linhas?

PEREZ Sem sombra de dúvida, têm tudo a ver, pois a qualidade da marca está em todos os produtos. Ou seja, todos os pneus feitos pela Pirelli passam por rigorosos testes de qualidade antes de chegarem às ruas. Desde o início do processo de desenvolvimento dentro de casa, até o produto final, são anos de trabalho dentro do laboratório e em nossos testes de campo. Isso é necessário para que a nossa equipe técnica avalie todos os requisitos de segurança, durabilidade e desempenho. Além disso, temos todo o conhecimento trazido das pistas de corrida, que forma um intercâmbio de informações fundamental para a produção da mais completa linha de produtos do mercado.

RP No dia a dia desse mercado, como fica a relação entre os pneus para motos de competição e os convencionais? Como é percebida a diferença pelo vendedor e pelo cliente?

PEREZ Este é um assunto muito interessante para tratarmos já que está no próprio DNA da Pirelli. Estamos há mais de 110 anos envolvidos no mundo das corridas, usando este mercado como laboratório para a produção de novos pneus com o máximo de desempenho, segurança e tecnologia. Nas pistas, nossos produtos são testados ao máximo, em situações que não são possíveis de serem reproduzidas nas ruas. Com essa plataforma, aliada com nossa tecnologia de desenvolvimento de novos produtos, assim como nossos campos de provas pelo mundo, entregamos aos nossos clientes, seja como equipamento original ou no mercado de reposição, pneus com os maiores níveis de desempenho, segurança e conforto, além de alta tecnologia. Isso é algo que nossos clientes percebem no dia a dia e conhecem, especialmente quando citamos marcas famosas da nossa gama de produtos no mundo todo, como o modelo icônico Diablo, que equipa as motos do Mundial de Superbike e superesportivas de rua.

RP Na área de treinamento, a Pirelli inovou ao inaugurar o Tyre Campus, em Santo André, uma escola voltada ao treinamento em diversas áreas. Quais são os cursos oferecidos?

PEREZ Nós, como produtores, temos o dever de comunicar aos clientes e parceiros como usar corretamente os nossos produtos. Realizamos diversos treinamentos com nossos distribuidores e com toda a força de vendas deles. Realizamos, também, treinamentos com os clientes dos nossos distribuidores, os varejistas, que falam com o consumidor, promovendo atividades de caráter técnico com as principais concessionárias das diversas montadoras nas quais somos o equipamento

original. Não por acaso, a Pirelli tem 90 anos de Brasil, é líder de mercado no segmento de alto valor agregado e marca presença em todos os canais de distribuição.

RP A produção de motocicletas em Manaus cresceu 7,5%, de janeiro a setembro, ante igual período de 2018, segundo a Abraciclo. Quais são os reflexos desse crescimento no Aftermarkt?

PEREZ Certamente o mercado brasileiro de motocicletas tem demonstrado um crescimento sólido durante 2019, não somente na produção senão também nos emplacamentos. Considerando a nossa liderança no canal de equipamento original, o crescimento na produção em 7,5% comparado ao mesmo período de 2018 fez aumentar as nossas vendas nesse canal. Os segmentos que apresentam uma tendência altamente positiva são Scooter, Naked/Roadster e Maxtrail. O grande desafio para a Pirelli é acompanhar as tendências do mercado, saber onde ele está crescendo, e por isso que este ano lançamos três novos produtos, que são: Angel Scooter para o segmento Scooter, destinado para o consumidor brasileiro que está em busca de variedade, praticidade, economia e segurança, algo que já é normal na Europa; Diablo Supercorsa V3, o nosso mais recente modelo esportivo, que recebeu um aprimoramento da sua última versão, a V2. Lançamos para o mercado brasileiro a versão SC, para pista, e que utilizamos atualmente no SuperBike Brasil, e o SP, que corresponde a versão homologada para a rua. É uma nova geração que foi aprimorada com o trabalho que realizamos no Mundial de Superbike, que funciona como um laboratório para melhorar os nossos produtos. Por fim, o Angel GT II, também apresentado a nível mundial, é uma evolução do Angel GT. Novamente trouxemos muito do aprendizado do Mundial de Superbike, como composto e carcaça, especialmente desenvolvido para o segmento de motos Sport Touring. Aliás, para ser mais específico no estilo de pilotagem, com esse novo produto trouxemos uma melhor experiência para o piloto de Grand Turismo, daí a sigla GT, pensado e desenvolvido para grandes viagens.

RP Por falar em números, como o sr. analisa as vendas da Pirelli na área de motos em 2019? Quais são as projeções para 2020?

PEREZ Como temos uma grande participação no mercado de equipamento original, nós estamos alinhados com as necessidades presentes e futuras das montadoras. No segmento de scooter, por exemplo, com um crescimento maior do que 15%, além dos segmentos Sport Touring e Naked, crescendo acima de dois dígitos nos últimos anos, posso dizer que nosso foco vai continuar sendo em produtos de maior valor agregado. Ou seja, também na reposição, a Pirelli trabalha em produtos que mostram para os nossos clientes a grande tecnologia desenvolvida por nós, incluindo todos os aspectos de um pneu, nas estradas e nas pistas de corrida.

DIVULGAÇÃO

Mariano Perez

RAIO-X PIRELLI

A Pirelli foi fundada na Itália, em 1872, e hoje se destaca como marca global conhecida por sua tecnologia de ponta e excelência na produção de pneus para carros, motos e bicicletas. Possui 19 fábricas em 12 países e presença comercial em mais de 160. Atua no Brasil desde 1929.

Fábricas no Brasil: Gravataí (RS), Campinas (SP) e Feira de Santana (BA), um dos mais importantes Centros de Pesquisa e Desenvolvimento da empresa no mundo e o Campo de Provas pioneiro na América Latina.

Colaboradores: cerca de 31.500 no mundo.

Faturamento (2018): cerca de 5,2 bilhões de euros.

Mais informações: https://www.pirelli.com/tyres/pt-br/car/homepage

Negócio de família

A administração familiar jamais impediu a Auto Peças Dalmoro de crescer. Pelo contrário, a chegada dos filhos trouxe inovação aos processos de trabalho sem perder a tradição da marca

Por Rosiane Moro

Poucos quilômetros separam as cidades de Arroio do Meio, Lajeado e Encantado, no Vale do Taquari, no Rio Grande do Sul. A pequena distância é providencial para os proprietários da Auto Peças Dalmoro circularem entre as três lojas do grupo. A gestão é essencialmente familiar. O patriarca Irno Dalmoro e a esposa Ana cuidam da filial de Lajeado; o primogênito Maicon é responsável pela unidade de Encantado; e o caçula Micael gerencia a matriz em Arroio do Meio.

O negócio começou de forma despretensiosa em 1991, quando o mecânico Irno Dalmoro abriu uma pequena autopeças para complementar a renda da família. A esposa era quem cuidava da loja, mas em pouco tempo o casal percebeu o potencial de vendas da região e apostou todas as fichas no crescimento da empresa.

O trabalho sério deu resultado e dez anos depois, com a marca já consolidada no mercado, abrem a primeira filial na vizinha Encantado. A princípio, em um imóvel próprio. "Cada expansão da empresa foi cuidadosamente estudada para não comprometer a saúde do negócio", conta Maicon Dalmoro.

Atentos ao fato de que a apresentação visual é um chamariz para os clientes, os empresários investiram também em uma nova sede para a matriz, inaugurada em 2008. Com larga experiência no segmento, acumulada ao longo de 20 anos de atividades, a família começa a planejar uma nova loja, dessa vez em Lajeado, a maior cidade da região, com 78 mil habitantes. Com a economia oscilante, o novo projeto foi gerado por longos sete anos até abrir as portas definitivamente em 2018.

Maicon atribui o sucesso da empresa ao bom atendimento, à simplicidade em tratar os clientes e à gestão criteriosa. "Também estudamos muito o mercado e um ponto de virada foi quando decidimos ampliar o portfólio de produtos, antes focado apenas em veículos de passeio, para utilitários e caminhões leves. Quando você vende a mesma coisa que os seus concorrentes, a rentabilidade é muito baixa", justifica. O empresário também enaltece a importância de avaliar o comportamento do consumidor. "Em Lajeado e em Encantado, por exemplo, 80% das vendas são feitas no balcão, já em Arroio do Meio somente 30% dos clientes preferem ir até a loja, o resto é tudo entrega em domicílio ou na empresa", completa.

No ano passado, a gestão familiar da Dalmoro ganhou reforço ao associar as três lojas à Rede PitStop. Segundo Maicon, a parceria melhorou os processos administrativos e também o visual das empresas. "Padronizamos a fachada das lojas e também a distribuição interna, o que purificou bastante o ambiente. Nosso consultor diz que somos bem organizados, mas é bom ter a visão de alguém de fora, sempre existem novidades a serem implementadas ou até um método novo para fazer o que sempre fizemos ", destaca.

FOTOS JOSUÉ BIGLIARDI

Família Dalmoro reunida na loja de Lajeado

Arroio do Meio

Lajeado

Encantado

MAHLE

FILTROS KC PLUS: NOVO VISUAL
MAIS VANTAGENS E VERSATILIDADE

ANTIGO

NOVO

>> Copo removível

>> Copo acoplado

O Grupo MAHLE sempre busca novas e melhores soluções para oferecer aos seus clientes. Assim, a MAHLE Metal Leve está disponibilizando ao mercado novas versões de filtros do combustível. Agora você conta com filtros que têm um menor impacto no meio ambiente, devido ao seu novo visual com carcaça plástica. Além disso, são filtros intercambiáveis: um único código de produto é capaz de atender a uma grande variedade de aplicações. Isso, claro, com a qualidade que você já conhece e confia!

WWW.MAHLE-AFTERMARKET.COM

METAL LEVE® MAHLE®

ISTOCKPHOTO

Entre no clima da vez

Guirlandas, pisca-piscas, árvores de Natal, Papais Noéis... Ruas e cidades se transformam nessa época do ano, e pegar carona no clima festivo da vez pode alavancar vendas

Por Regina Ramoska

Há quem goste, há quem torça o nariz e nem comemore. No varejo, a opinião pessoal pouco importa: o Natal é a data em que mais se vende, e o grande lance é pegar carona nessa oportunidade. Vamos, portanto, arregaçar as mangas?

Antes de pensar no consumidor, olhe para o umbigo. Natal remete a presentes e agradecimentos. Considere incentivar seu time, seja aumentando as comissões ou oferecendo prêmios para os que mais se destacarem nesse período. O endomarketing, por sinal, é um diferencial competitivo e merece destaque o ano todo, não apenas em datas especiais. O colaborador é o primeiro público-alvo de qualquer empresa, independente do seu porte, já que é por meio dele que se alcança resultados e crescimento. Alinhe as estratégias com os objetivos que se quer alcançar: menor rotatividade, crescimento das vendas, maior integração, aumento da produtividade etc.

Se a sua empresa já adota essas práticas, certamente tem um time proativo e disposto a fazer dessa época a melhor até agora. Antes de comprar gorrinhos para todo mundo, definam juntos estratégias e metas. Ótimas ideias podem surgir até mesmo na hora do cafezinho.

Enfeite a loja

Que tal ambientar a loja com enfeites alusivos a esta época do ano? A designer de varejo da consultoria paulistana Vitrine Progressiva, Kátia Vitoriano, sugere pegar símbolos

de maior representatividade na mente das pessoas e customizá-los de acordo com o segmento em que você atua. “Podemos enfeitar guirlandas com os objetos que são comercializados na loja –mesmo caso da árvore de Natal e até do presépio”, ensina. Vale juntar quatro bieletas para formar uma estrela e, quem sabe, substituir o trenó do bom velhinho por uma miniatura de jipe. “O importante é pensar em detalhes na decoração que lembrem o Natal: a barba do Papai Noel, suas bochechas rosadas, a cor vermelha, o seu biotipo. Reúna esses elementos e coloque a cara da sua empresa, dos seus serviços, enfim, explore a sua criatividade e divulgue, principalmente, nas redes sociais, um ótimo atrativo para conhecerem o seu negócio”, detalha a especialista.

Kátia garante que a experiência na hora da compra é valiosa e cada vez mais explorada. Lojas de acessórios, por exemplo, podem deixar itens à mão para que o consumidor teste as diversas funcionalidades. “Esta regra vale para todos. Mostre como se usa, exponha de forma atrativa. Uma dica é olhar para outros segmentos e ver o que é adaptável ao seu.”

Atendimento de primeira, preço, qualidade e pontualidade são obrigação para que o negócio seja relevante, mas não bastam para fidelizar o cliente. Segundo Kátia, para se destacar da concorrência é necessário pensar em diferenciais emocionais, ou seja, entender quais as impressões que o cliente tem ao interagir com o seu negócio e o que, efetivamente, o surpreende. “O ponto de venda deve ter um design atrativo, pois 80% de nossas escolhas são baseadas na visão.” Vale a pena estudar ou buscar ajuda de profissionais que trabalham com visual merchandising para criar uma ambientação estratégica, essencial para estimular a compra e a experiência do cliente no ponto de venda.

Mime o cliente

Brindes ajudam a criar vínculos entre cliente e empresa, já que divulgam e reforçam o posicionamento da marca. Melhor, claro, se forem úteis e estratégicos, reforça Kátia, caso contrário é dinheiro jogado fora. O objetivo é reforçar laços com o aplicador ou com o cliente final? Uma ferramenta pode ser bastante útil para o mecânico, mas não ter significado para o consumidor. A verba está curta? Em tempos digitais, a velha e boa folhinha de parede, calendário de balcão ou ímã de geladeira são para lá de desejados e não custam caro. O importante, nessa época, é a lembrança, é deixar claro para aqueles que compram de você o quanto são importantes.

E, já que estamos falando em presentes, considere também a clientela que comprava bem, mas

SAMUEL MORENO

Cláudio, da Fábrika do Som

De gorrinho e tudo

Quem visitar a Fábrika do Som (SP) neste final de ano vai se deparar com uma loja “vestida” para o Natal, com vitrines repletas de bolas vermelhas e festões e os 10 colaboradores devidamente paramentados com gorrinhos de Papai Noel. Segundo o proprietário Cláudio André Sacco, o objetivo da ação não é apenas atrair os clientes, mas envolver toda a equipe no clima de Natal. Cláudio põe a mesma energia em ações como essa como no dia a dia, que envolve venda e instalação de todo tipo de acessórios, desde tapetes, racks, frisos, engates, alarmes até aparelhos de som de última geração, luzes etc. A loja existe há 15 anos e deu continuidade ao trabalho do pai. “É o que mais gosto de fazer”, garante.

Festa dupla

Os cuidados com o visual da loja são praxe na Polidoro Auto Peças e Serviços, em Dracena (SP), que oferece não apenas componentes, mas todo tipo de acessório e serviço na oficina que integra a Rede Bosch. Mas quem visitar a loja neste final de ano, além de conferir o capricho de cada detalhe da decoração alusiva ao Natal, concorrerá a 35 prêmios, ideia do proprietário Maurício Polidoro para comemorar o aniversário da empresa, inaugurada em 1984. "Queremos agregar valor ao cliente e, como muitos viajam nessa época, vamos sortear trocas de óleo, higienização de ar-condicionado, baterias e diversos itens que garantem a manutenção preventiva e férias tranquilas", detalha o varejista.

PATRÍCIA PEREIRA

Maurício, da Polidoro Auto Peças e Serviços

anda sumida do seu negócio. Uma boa vasculhada no banco de dados da empresa pode trazer informações preciosas. Ligue para desejar boas festas e informe que há um brinde especial esperando por ele na loja.

Gatilhos mentais

Uma das melhores formas de vender mais no Natal é disponibilizar formas de pagamentos com mais parcelas, que desperta o gatilho mental do seu cliente. Desembolsar quase mil reais em um kit multimídia pode não ser a melhor opção para o consumidor, mas a possibilidade de dividir o montante em várias vezes, sim –desde que o produto em questão seja "embalado" como um objeto de desejo.

Aproveite a época para fazer promoções em combos, ou seja, em compras de mais de um item –é um bom momento para pôr na roda aqueles produtos de giro baixo, desde que tenham atratividade, claro. Descontos acumulativos também surtem efeito, dependendo do que você comercializa. Competente é aquele que trabalha o mix de produtos e não apenas vende o que o cliente foi buscar. Determine o volume que quer vender e em quanto tempo. Com base nisso, defina o que terá preço reduzido e quão agressivos serão os descontos. Importante é que o cliente tenha a real sensação de estar fazendo um bom negócio com sua empresa para que retorne inúmeras vezes no Ano Novo.

Férias para que te quero

Muita gente aproveita a folga de final de ano para colocar o pé na estrada: olha aí a oportunidade de focar na manutenção antecipada para turbinar as vendas. "A comunicação desse segmento deveria explorar mais a prevenção de problemas mostrando o óbvio, mas que culturalmente fica 'enterrado' em nosso subconsciente: é melhor prevenir que remediar", destaca Kátia, lembrando que não há necessidade de ideias mirabolantes e nem verbas vultuosas para criar ações. A consultora sugere recorrer à conexão emocional com os consumidores, lembrando que o investimento evitará estresses desnecessários em uma época que o grande desejo é descansar. "Vale falar para o cliente que a economia em se antecipar aos problemas pode ser revertida em presentes para a família e em uma viagem mais tranquila, que só trará boas recordações", enfatiza.

SAIBA MAIS
KÁTIA VITORIANO (VITRINE PROGRESSIVA)
(11) 96640-2856
vitrineprogressiva@gmail.com
http://vitrineprogressiva.com.br/

intervene

NO TRÂNSITO, DÊ SENTIDO À VIDA.

NOSSO MAIOR PARCEIRO EM SEGURANÇA

Nossa homenagem a todos os mecânicos, profissionais que unem talento, habilidade e conhecimento para levar mais segurança nas estradas. Ter você como nosso parceiro é um grande orgulho.

Muito obrigado!

20 DE DEZEMBRO
DIA DO MECÂNICO

PROMOÇÃO
PASTILHA PREMIADA
3 CARROS 6 MOTOS
DIVERSOS PRÊMIOS EM DINHEIRO

pastilhapremiada.fras-le.com

FRAS-LE

www.fras-le.com

/frasleoficial

ISTOCKPHOTO

Ano novo, atitudes novas

O planejamento para 2020 pode incluir mudanças de comportamento que só trarão benefícios ao negócio –inclusive financeiros

Por Regina Ramoska

Muitos gestores acham que se forem amigáveis e colaborativos perderão o respeito e a capacidade de liderança. Muito pelo contrário: um levantamento global com mais de 20 mil trabalhadores mostra que aqueles que se sentiam respeitados pelo chefe eram 55% mais engajados, 56% mais saudáveis, 89% mais satisfeitos e felizes e 92% mais focados. O clima, claro, é percebido pelo cliente, que gosta do ambiente e se torna fiel.

O astral ruim, como é de se esperar, causa o inverso. Segundo o estudo, as pessoas têm menos probabilidade de comprar quando presenciam um episódio de rispidez ou grosseria na loja, ainda que não direcionada a elas –ninguém gosta de ver o outro ser maltratado, e testemunhar apenas uma interação desagradável leva os clientes a generalizar sobre outros funcionários, a organização e até a marca. O prejuízo não para por aí: o ambiente tóxico faz com que os trabalhadores se cansem mais e se empenhem menos. Deixam de lado a criatividade e a iniciativa para resolução de problemas e entram no piloto automático, praticamente cavando a própria demissão –mais um ônus para a empresa.

O que você quer?

A pesquisa aponta que a grosseria no trabalho é surpreendentemente comum e está em ascensão, seja envolvendo intimidação aberta ou atos sutis de falta de considera-

João Bosco (1° à esq.), com parte do time da Bosco Acessórios

Linha direta

Há 22 anos no comando da Bosco Acessórios, em Redenção (PA), João Bosco Loiola Vieira se orgulha da gestão no melhor estilo "olho no olho". Os 24 colaboradores têm acesso direto ao proprietário para discutir as mais diversas questões e necessidades, até mesmo financeiras. O entrosamento com a equipe é essencial para que o centro automotivo, que oferece peças e uma vasta gama de serviços (oficina completa, alinhamento e balanceamento, pneus, insulfilme, alarmes automotivos etc.) se destaque dos concorrentes na região. Bosco aposta em uma boa conversa para aparar arestas, e foi numa dessas que evitou a demissão de um funcionário. "Ele estava muito estressado na área técnica e identifiquei potencial para vendas –hoje ele é um dos melhores no setor", comemora.

ção, e não ocorre apenas verticalmente, entre chefes e subordinados, mas entre pares. "Tudo é fruto do meio: se a empresa tem como perfil ser autocrata, com pessoas no comando e não na liderança, os seus subordinados, mesmo com competências emocionais bem desenhadas, irão se manifestar de igual exemplo do que vivem dentro do ambiente de trabalho", analisa o treinador e presidente da Fundação Brasileira de Inteligência Emocional (FBIE), Leandro Cunha.

Não raro, o clima organizacional já está tão contaminado que os líderes não conseguem encontrar uma saída. Para a coach e consultora Allessandra Canuto, o ponto zero é alinhar expectativas. "Essa é a origem dos conflitos –necessidades não atendidas. Quem está no comando nem sempre deixa claro o que espera do grupo, mas falta proatividade nas equipes ou mesmo do funcionário para indagar qual é, efetivamente, o seu papel." A especialista em gestão estratégica de conflitos e negociação sugere que se criem rituais de alinhamento, como breves reuniões diárias, com no máximo 15 minutos de duração, para que as partes façam suas colocações.

Para isso, no entanto, é necessário desenvolver a escuta. Um gestor que se acha o senhor da razão pode ter dificuldades em ouvir críticas ou aceitar mudanças, ainda que claramente mais produtivas. Alguém com esse perfil não deveria, inclusive, ser chamado de gestor, mas de chefe, "cargo" que não existe nos mais modernos organogramas: chefes impõem, enquanto líderes inspiram seus times. "Líderes que vivem momentos de chefe precisam virar essa chave. As pessoas e empresas precisam de referências e lideranças que demonstrem conhecimento do que está sendo liderado, de desenvolvimento humano, e que entendam que para o negócio dar lucro, é preciso enxergar o ser humano antes dos números", ensina Cunha.

Para criar um bom relacionamento com a equipe e estimular a cumplicidade e colaboração entre os pares, o gestor deve monitorar seu próprio comportamento, solicitando feedback e certificando-se de que suas ações são modelo para os subordinados. Além disso, é necessário descobrir que tipo de diálogo é mais apropriado. Traçar perfis comportamentais dos líderes e liderados ajuda bastante nesse processo.

Bom clima + profissionalismo

Vale lembrar que um clima de camaradagem não é sinônimo de bagunça, de ter o gestor mais legal do mundo, que permite qualquer

coisa. Mesmo o "líder bacana" deve se pautar pelo profissionalismo. Segundo Allessandra, muitos gestores vestem essa capa de super-herói por carência e necessidade de reconhecimento e atenção, mas isso não funciona no mundo corporativo. O inverso, ou seja, o gestor rude, também não tem mais espaço nas empresas. Em muitos casos, porém, trata-se de uma questão individual: o profissional se vale dessa "casca", do jeito de mau, para garantir território. Uma alternativa, segundo a especialista, é desenvolver soft skills, conjunto de habilidades e competências relacionadas ao comportamento humano. "Ninguém precisa deixar de ser o que é, e sim gastar energia para se aprimorar, encontrar novos meios de resolver as mesmas coisas", ressalta a coach.

A inteligência emocional, capacidade de lidar bem com as próprias emoções e usar essa energia a seu favor, sem impulsividade ou arrependimento posterior, talvez seja o melhor exemplo de soft skill, além de colaboração (trabalhar bem em grupo), flexibilidade (saber se adaptar às mudanças), manter o foco sob pressão, saber ouvir e se comunicar, orientação para resultados e liderança de equipe (saber motivar e engajar grupos). Nem sempre o profissional tem todas essas habilidades, mas é possível desenvolvê-las, seja por meio de treinamentos, seja por cursos ou até pela leitura.

O sonho de qualquer gestor é ter uma equipe afinada, que se supere cada vez mais nos resultados e que conviva harmoniosamente. Nem sempre, porém, é possível escolher os profissionais com quem se quer trabalhar, e pelos mais diversos motivos muitas vezes é preciso manter aquele colaborador que destoa dos demais na empresa. Cunha afirma que toda pessoa contaminada por negatividade, autoestima baixa, falta de produção, quando amparada por algum tipo de nepotismo ou apadrinhamento, gera desmotivação nos demais, que não conseguem desenvolver seu potencial como gostariam. "Uma empresa que vive esse cenário está fadada ao insucesso", sentencia.

Allessandra é mais otimista. "A melhor forma de lidar com esse tipo de situação é criar um 'contrato de convivência' pautado no respeito e profissionalismo, entendendo que aquela pessoa é daquela maneira e vice-versa. Ideal, porém, é investigar a necessidade de o profissional agir de forma inadequada e, sempre que possível, ajudá-lo a mudar", finaliza.

FÁBIO FONSECA

Thiago (2º à esq.), com o time da Nasa Auto Peças

Tudo em família

Uma empresa enxuta na qual todos convivem em harmonia. Esta é a Nasa Auto Peças, em Araguari (MG), que existe há 26 anos e há nove está sob o comando de Thiago Passos da Silva. O empresário divide a gestão com dois irmãos, mas os outros três funcionários, ainda que não tenham o mesmo sobrenome, são tratados como família. "O clima interno é muito amigável e fazemos de tudo para promover o bem-estar do grupo, oferecendo, por exemplo, benefícios como plano de saúde a partir de 2020, e incentivos para incrementar as vendas", frisa Thiago, que destaca a importância de ter ingressado na Rede PitStop. "Uma consultora está nos auxiliando a mapear o perfil de cada colaborador para que o desempenho e a harmonia sejam ainda maiores", conclui.

SAIBA MAIS

ALLESSANDRA CANUTO (COACH)
(11) 99508 -9500
allessandra.canuto@alleaolado.com.br
http://www.allessandracanuto.com.br/

LEANDRO CUNHA (FBIE)
(21) 96478-6121
www.leandrocunhaie.com.br

Movidos por
SEGURANÇA

BOSCH
Tecnologia para a vida

Direção segura em qualquer situação

Os produtos Bosch oferecem os benefícios que você procura: desempenho, durabilidade e garantia.
Procure o seu Distribuidor Bosch.

#ComBoschEuMeGaranto

TAG/A

No trânsito, dê sentido à vida.

ISTOCKPHOTO

Ano novo, loja nova

Mudar pode ser uma necessidade ou estratégia de crescimento. Aproveite a energia da virada para tirar os planos da gaveta

Por Regina Ramoska

Muitas vezes, a escolha de uma região e de um local específico para a implantação de uma loja segue a lógica de certas comodidades (conhecer o dono do imóvel em locação, proximidade com a residência do empresário etc.) que pouco ou nada têm a ver com lógicas comerciais objetivas baseadas em pesquisas de mercado e no que dita a boa administração. Se chegou a hora de ampliar o negócio ou sair do aluguel e investir no ponto comercial próprio, essa reportagem é para você.

O primeiro passo, sempre, é analisar na ponta do lápis a quantas andam as finanças da empresa para não dar um passo maior que a perna. Ninguém quer começar o ano com os cabelos em pé por não ter contabilizado uma decisão tão importante, e atualmente adquirir um imóvel comercial não é mais um diferencial competitivo, diferentemente de algumas décadas atrás. Analise se o dinheiro necessário não renderia mais em uma aplicação financeira ou se não seria melhor empregado em melhorias na estrutura atual do seu negócio. Ter um planejamento claro dos próximos cinco ou dez anos da empresa é essencial. Você tem uma reserva caso algo dê errado, como uma guinada na economia do país? Se a empresa crescer, caberá no espaço que você pretende adquirir? E se houver mudanças no entorno que desvalorizem a região, terá como enfrentá-las? Então, será melhor seguir no aluguel?

Para o consultor de negócios do Sebrae/SP Bruno Zamith, é preciso ponderar, já que tanto a aquisição de um imóvel quanto a locação têm riscos. “No primeiro caso há uma grande imobilização de capital, mas o imóvel será próprio. O aluguel tem risco financeiro menor, mas com possibilidade de o imóvel ser

Boas oportunidades

Antônio de Jesus Coutinho não pestanejou quando surgiu a oportunidade de adquirir a área tão desejada para o seu negócio, ocupada até então pela borracharia do tio. Recebeu a proposta pela manhã e bastou o aval da esposa, horas depois, para concretizar a negociação. "Tive que pagar em 30 dias. Vendi a casa, a minha moto, a da mulher e umas cabeças de gado, botei a 'arapuquinha' abaixo e construí a TMP Moto Peças aqui em Riachão do Jacuípe (BA), inaugurada há quase 30 anos", orgulha-se. Em 2018, por não encontrar na cidade peças para seus veículos, decidiu ampliar sua área de atuação. Comprou o prédio ao lado, pôs abaixo, construiu outro e inaugurou, recentemente, a Toinho Moto Car, mais um sucesso do empreendedor.

ROMULO CARNEIRO

Antônio (dir.), da TMP Moto Peças

requisitado pelo locatário depois do período do contrato. Talvez a melhor forma de iniciar este investimento seja alugar com opção de compra futura, assim é possível avaliar o fluxo de clientes da região e a estrutura da loja para transmissão da experiência da marca, e só depois tomar a decisão com mais certeza."

Prever cenários e possíveis mudanças na região do imóvel pode favorecer sua estratégia de expansão a longo prazo. Dá trabalho, mas vale a pena, buscar informações sobre projetos de reurbanização e alterações na lei de zoneamento dos bairros. Órgãos das prefeituras, como as secretarias de planejamento, costumam revelar possíveis construções de viadutos, túneis, passarelas e estações de metrô. O preço em áreas deterioradas –mas com projetos de recuperação– pode compensar o investimento.

Quem é seu cliente?

Não se começa nada e nem se muda de local sem analisar quem é seu público-alvo e sua jornada de compra. Se a intenção é instalar a loja em local próximo do atual, há grandes chances de seus clientes atuais o acompanharem. Caso contrário, haverá investimento na captação de novos consumidores, o que tem custo significativo. Nos dois casos, há que se considerar a visibilidade do local, fluxo de pedestres, de veículos e facilidade de estacionamento. É imprescindível visitar o local em dias e horários diferentes, inclusive à noite e nos finais de semana, antes de qualquer decisão.

"Os pontos de visual merchandising mais procurados no ponto físico estão relacionados à facilidade de acesso e flexibilidade da estrutura. Como facilidade de acesso temos: vagas para estacionar, loja térrea, porta de entrada sem escadas e com flexibilidade para o empresário modificar a estrutura conforme a necessário, fachada com ampla visibilidade, vitrine para atração de clientes, loja com mínimo possível de barreiras internas (paredes, colunas) que possam atrapalhar a montagem do layout, teto com facilidade de instalação da iluminação e piso de fácil ajuste (caso necessário)", ensina o consultor do Sebrae/SP .

Seja crítico ao analisar o estado de conservação do imóvel. Muitas vezes, o barato esconde necessidades de reforma que não consumirão apenas uma bolada de dinheiro, mas seu tempo valioso. Coloque nessa conta os honorários de um engenheiro e/ou de um arquiteto, que poderão apresentar boas soluções. Em caso de locação, negocie com o proprietário o abatimento no aluguel do montante que será investido em melhorias. Documente

o estado inicial do imóvel para não ter dores de cabeça no futuro.

Nem sempre o ponto mais barato trará os melhores resultados. A melhor estratégia é procurar a melhor região para o cliente e isso não necessariamente é a opção mais em conta. "A sugestão é mapear a cidade para definir os melhores bairros e até mesmo ruas para montar sua loja. Vale ressaltar que dependendo do perfil do cliente, a distância de um quarteirão pode ser impeditiva para que ele vá à loja, por isso, não adianta investir num ponto que fica 'perto', mas sim num local que está no eixo de acesso do consumidor", pondera Zamith. Investigue o histórico do local. Os negócios anteriores prosperam? Em caso negativo, por quê? Há quem diga que se trata de superstição, mas repare: alguns pontos comerciais parecem verdadeiramente "zicados" por alguma conjuntura desconhecida e nada vai para frente. Corra!

THIAGO DEPÁDUA SOUTO

Dinho, da Dinho Auto Peças

Bom para o negócio

Já faz um ano que Ederson Valdemir Corteze, proprietário da Dinho Auto Peças, em Jaú (SP), decidiu sair do aluguel. O principal motivo é que o prédio atual não tem espaço para o crescimento do negócio. "Trabalho apenas com componentes da Chevrolet e quero abrir para outras marcas, mas aqui não cabe mais. Tenho estoque até na edícula na minha casa", relata. A ampliação vem sendo adiada por dois motivos: a empresa está instalada há 23 anos no melhor ponto comercial de Jaú, e Dinho, como é conhecido o empresário, teme que os clientes não o acompanhem. Outra questão é o preço. "O valor do metro quadrado aqui é mais alto do que em muitas cidades grandes", lamenta, lembrando que além do terreno, certamente terá de encarar despesas com reforma.

Perto ou longe?

Uma dúvida frequente é se vale a pena instalar o negócio perto ou longe da concorrência. No primeiro caso, há boas chances de absorver parte do fluxo dos clientes, porém a concorrência já está estabelecida na região e com clientela ativa. Por outro lado, se você pesquisou detalhadamente a jornada de compras do seu público-alvo, pode identificar oportunidade em outros locais que darão mais resultado que numa região altamente competitiva. Faça uma autocritica para identificar seus pontos fracos e fortes – e da concorrência também. Essa análise permite encontrar o nicho que o diferenciará dos demais, seja no horário de funcionamento, segmentação de produtos etc. Ter concorrentes próximos pode ser muito vantajoso, principalmente quando se trata de produtos ou serviços cuja compra exige comparação.

Filial próxima só se a matriz não consegue atender todo o fluxo de clientes. O ideal é que o novo ponto abranja outra região de consumo e não concorra pela atenção de clientes de outra área.

Definido o novo endereço, avise os clientes o quanto antes. Essa é uma etapa que demanda energia e vale a pena ser redundante, para não correr o risco de reabrir e passar algumas semanas a ver navios. Para isso, use panfletos, redes sociais, banner no site, WhatsApp e até o velho e bom SMS. Não esqueça, claro, de informá-los no balcão. Pense, também, na inauguração: um café da manhã com seu público fiel é simpático e pode ser ainda mais atrativo se você colocar alguns produtos em promoção.

SAIBA MAIS
BRUNO ZAMITH (SEBRAE/SP)
0800-5700800
www.sebraesp.com.br

RADIADOR MERCEDES BENZ ACTROS

2546 LS / 2646 LS / 4844 K

Cód.: **RV 12070**

OEM: 9425001203 / 9425002303
9425002803 / 9425002903
A9425002903 / 9425003503

RADIADOR MERCEDES BENZ ACCELO

715c/815/915c/1016

Cód.: **RV 12035**

OEM: 9795000203/9795000503

INTERCOOLER MERCEDES BENZ ACCELO

715c/815/915c/1016

Cód.: **RV 12681**

OEM: 9795000603/9795000103

Sempre use cinto de segurança

Para maiores informações sobre nossos produtos consulte nosso site: **www.radiadoresvisconde.com.br** Faça revisões em seu veículo regularmente.

/ModineDoBrasil
/RadiadoresVisconde
/RadiadoresVisconde

Av. Narain Singh, 262
CEP 07250-000 • Guarulhos • SP
Vendas: (11) 2487-5000 - Fax: (11) 2487-5024
www.radiadoresvisconde.com.br

MOA

Reposição quer ano de reformas e conquistas

Convidamos empresários de várias regiões do país e gestores de associações de classe para compartilharem os desejos que gostariam de ver realizados em 2020 em busca de um ano mais tranquilo, próspero e rentável

Por Rosiane Moro

Depois de passar os últimos doze meses envoltos em altos e baixos na economia, acirrada disputa política e várias promessas de mudanças ainda em tramitação, é hora de dar uma pausa nos acontecimentos externos para pensar no futuro do próprio negócio.

Que presente poderia tornar a gestão da empresa mais saudável e sem sobressaltos pelo caminho?

Empresários entrevistados pela *Revista Pellegrino* pediram pelo fim da corrupção, da concorrência desleal e da desigualdade social. Pediram também valorização do empreendedor por parte do Estado. Mas o campeão de audiência foi a reforma tributária, com pedidos para a redução de valor e unificação dos impostos.

Sinal de que dinheiro em caixa e menos burocracia podem transformar-se em excelentes estratégias de negócios, crescimento empresarial, empregos e prosperidade para o país.

Eles só precisam de condições ideais para trabalhar, um país justo e ajustado. O resto eles garantem.

As caricaturas que encomendamos ao Moa, cartunista premiadíssimo no Brasil e no Exterior, foram baseadas em fotos dos entrevistados.

NA ROTA DO CRESCIMENTO ESTÁVEL

Os entraves à competitividade do setor de autopeças são horizontais e atingem todos os outros setores da economia. Sua solução, com reformas que ajustem as contas públicas e coloquem o país na rota do crescimento estável, é condição indispensável para que possamos integrar as cadeias globais de valor. Esse é nosso desejo perene, não só para 2020.

■ Dan Ioschpe, presidente do Sindipeças

OLHAR ATENTO PARA A POBREZA

Além da expectativa de retomada do crescimento sustentável para o Brasil, meu desejo para 2020 – e lutaremos para isso – é a implantação da Inspeção Técnica Veicular obrigatória. O Sincopeças-SP já encaminhou ofício à Assembleia Legislativa pleiteando a regulamentação, haja vista o resultado do estudo da universidade britânica King's College, em nove cidades do Reino Unido, apontando que a poluição atmosférica contribui para aumento do número de infartos e derrames. Também precisamos olhar com atenção para o nível de pobreza, com todos oferecendo algum tipo de contribuição para o país reduzir as diferenças entre ricos e pobres, cada vez mais insustentável e que coloca em risco a nossa sociedade.

■ Francisco Wagner De La Tôrre, presidente do Sincopeças-SP e vice-presidente da Fecomercio SP

UNIÃO DE ESFORÇOS

Desejo que os associados da Andap estejam cada vez mais unidos para conquistarmos melhorias que irão impactar toda a cadeia do aftermarket. Temos importantes desafios pela frente, como a aprovação da inspeção veicular, a reversão da portaria que permite às seguradoras comercializarem peças usadas de veículos sinistrados e o problemático modelo de substituição tributária que onera o caixa das empresas. A reversão desse cenário depende primordialmente dos nossos esforços e união.

■ Rodrigo Carneiro, presidente da Andap

INSPEÇÃO VEICULAR, ROTA 45...

Existem muitas coisas importantes para acontecer em 2020 e que poderão tornar o ano mais palatável. A implantação da inspeção técnica veicular, por exemplo, trará demanda de serviço para as oficinas e mais oportunidades de crédito a condições favoráveis. Também desejo que a economia apresente melhora e que o programa Rota 45, que visa promover a capacitação, certificação e qualificação dos profissionais, seja estabelecido e expandido para as oficinas independentes.

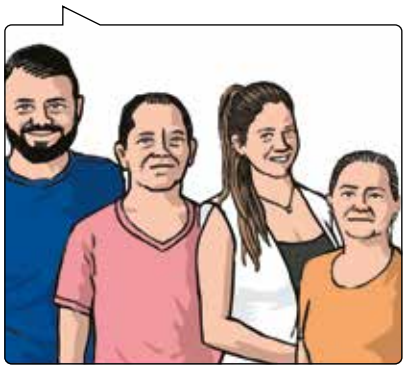
■ Antonio Fiola, presidente do Sindirepa Nacional

MENOS CARGA TRIBUTÁRIA

A notícia que eu gostaria de receber em 2020 é a da redução da carga tributária. Além de aliviar o impacto financeiro da empresa, a medida vai beneficiar diretamente o cliente que pagará menos pelas peças. A redução de imposto também ajuda a coibir o mercado de falsificações, pois torna nossos preços mais atrativos e aumenta a nossa competitividade. Influencia até no atendimento porque não vamos precisar ficar explicando os riscos de comprar uma peça adulterada.

■ Dionatas Fernandes Toledo dos Santos, Auto Peças Paiva – Ipatinga (MG)

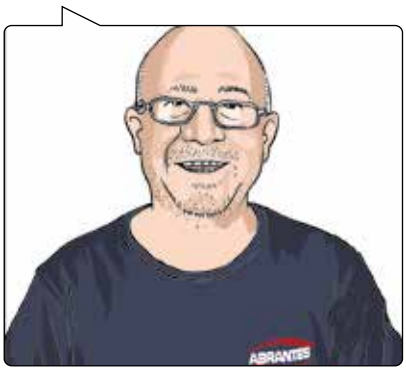
Tempo no mercado: 25 anos



MERCADO SEM ALTOS E BAIXOS

Desde 2013 estamos vivendo um período de turbulências, tentando superar as surpreendentes oscilações de mercado. Gostaria de no próximo ano ter um ambiente de trabalho mais tranquilo, com a economia mais equilibrada para conseguir fazer um bom planejamento de negócios. Também desejo uma tributação mais justa para que todos possam se enquadrar na legalidade e evitar a concorrência desleal por quem não cumpre as regras do mercado.

■ Flavio Abrantes de Sá, Auto Peças Abrantes - São Pedro da Aldeia (RJ). Tempo no mercado: 22 anos



REFORMA URGENTE

Quando pensamos em dificuldades gerenciais, a questão tributária é unânime. Precisamos urgente de uma reforma para reduzir o impacto financeiro e a complexidade de manter os impostos em dia. Hoje temos ICMS, ST, Pis, Cofins, entre outros, o que faz com que os empresários percam a noção do real preço da mercadoria vendida. Também gostaria que nossos representantes deixassem o governo trabalhar. Para cada 10 passos à frente, cinco precisam voltar atrás por conta de reclamações de diversos setores da sociedade.

■ Sandra Regina de Oliveira Souza, Auto Center Bandeirantes - Londrina (PR). Tempo no mercado: 25 anos

TEMPO PARA TRABALHAR

O melhor presente que eu poderia receber em 2020 é poder usar o meu tempo para melhorias na prestação dos nossos serviços e no relacionamento com os clientes, fornecedores e colaboradores. Por isso, desejo uma simplificação da nossa relação com o Estado, de natureza tributária e institucional. Clamo também por reforma tributária justa, maior liberdade econômica e que toda a riqueza do país seja de fato usufruída por todos nós brasileiros.

■ Maria José Ribeiro, Unimotors Car Service, Uberlândia (MG)

Tempo no mercado: 15 anos

INVESTIR SEM MEDO

Acredito que o próximo ano irá nos proporcionar um crescimento de 20% a 30%. Para isso acontecer, meu desejo é ter condições de investir mais em tecnologia e capacitação dos funcionários. Também gostaria que os governantes não atrapalhassem a economia e que o governo local parasse de arrumar atrito com o governo federal para que os pontos fortes do nosso estado, como o turismo e as atividades do Porto do Suape, possam se desenvolver e trazer benefícios para a população.

■ Gustavo Duarte Cabral, Big Car – Recife (PE)

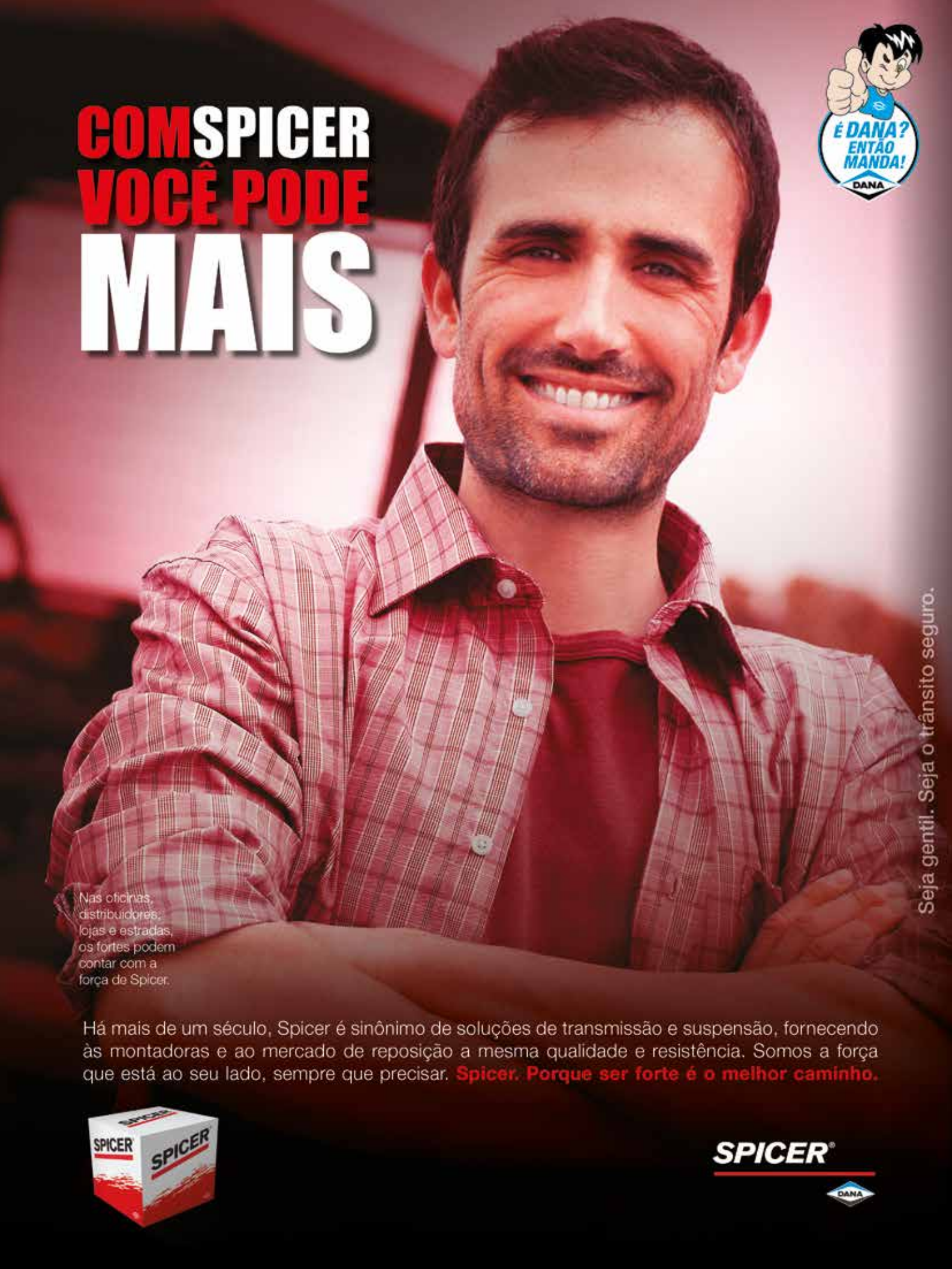
Tempo no mercado: 37 anos

QUERO VER EMPRESÁRIO TER VALOR

A atividade econômica mais forte da minha região é a mineração, um segmento que está travado por conta da burocracia das licenças ambientais. Então, gostaria que o governo flexibilizasse um pouco as regras para aquecer o mercado porque com essas empresas trabalhando a gente trabalha também. Outro desejo é a redução de impostos trabalhistas. É muito caro investir em mão de obra, e com maiores incentivos à contratação, poderíamos reduzir a crise do desemprego que assola o país.

■ Vanderson José de Oliveira, Tecnodiesel – Porto Velho (RO).

Tempo no mercado: 14 anos


COMSPICER
VOCÊ PODE
MAIS
É DANA? ENTÃO MANDA!
DANA
Seja gentil. Seja o trânsito seguro.
Nas oficinas, distribuidores, lojas e estradas, os fortes podem contar com a força de Spicer.
Há mais de um século, Spicer é sinônimo de soluções de transmissão e suspensão, fornecendo às montadoras e ao mercado de reposição a mesma qualidade e resistência. Somos a força que está ao seu lado, sempre que precisar. Spicer. Porque ser forte é o melhor caminho.
SPICER
SPICER
SPICER
DANA

SEM SURPRESAS PELO CAMINHO

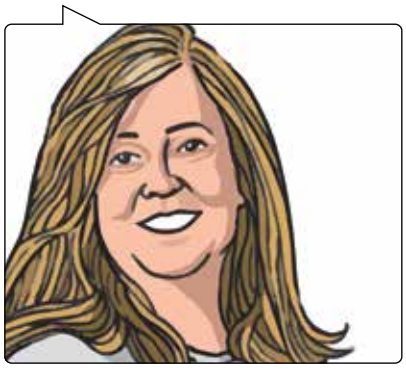
Neste ano fomos pegos de surpresa com a nova tributação estabelecida pelo STF, que passa para o varejista a responsabilidade pela apuração dos impostos. Conseguimos reverter a situação com a compensação de créditos, mas em 2020 não teremos tantos créditos a descontar e a carga ficará insuportável. Então, desejo que o governo reveja essa regulamentação para não tornar o nosso negócio economicamente inviável. Apesar disso, estou bastante otimista e acredito que estamos no caminho para superar as dificuldades.

■ Fabio Raul Merten, Arcido Auto Peças - Venâncio Aires (RS), associado Pit Stop. Tempo no mercado: 19 anos

FIM DA POLITICAGEM

Se existe algo que desejo para 2020 é que nossos governantes abandonem a politicagem e as promessas infinitas e passem a ser mais éticos e comprometidos com o povo. Também é preciso focar nas reformas necessárias, principalmente a tributária, para retomarmos o caminho do crescimento sustentável e o Brasil passe a ser com mais justiça, humanidade e equilíbrio.

■ Rose Macanhan, Roberto Auto Peças – Dracena (SP) Tempo no mercado: 13 anos



RESGATAR ORGULHO DE SER BRASILEIRO

O que nós da Cecato desejamos para 2020 é que finalmente as reformas estruturais em trâmite no Congresso e no Senado Nacional sejam implementadas e que alcancem o objetivo comum de colocar o Brasil definitivamente em uma economia de mercado moderna. Precisamos também acabar com as diferenças ideológicas e pensar em soluções que possam tornar a nossa sociedade mais justa, humana e solidária, resgatando assim o orgulho de ser brasileiro.

■ Adriano Roberto Veiga, Cecato Auto Peças – Araucária (PR) Tempo no mercado: 18 anos

MENOS CORRUPÇÃO, POR FAVOR

Se eu pudesse, pediria a Deus para colocar um pouco de contentamento no coração dos nossos políticos para acabar com a corrupção. Temos um país maravilhoso, o brasileiro é um povo trabalhador, só precisamos de espaço para usar o nosso talento e força de vontade em prol do Brasil. Nós não somos os vilões da história, mas sofremos as consequências da ganância dos nossos governantes. Se o que o país recolhe fosse realmente aplicado em melhorias, teríamos uma sociedade mais justa e igualitária.

■ Francisco Augusto Rocha Pontes, Autoshop Sobral – Sobral (CE). Tempo no mercado: 2 anos

POR UMA MELHOR GESTÃO MUNICIPAL

O segmento de serviços ainda não encontrou seu ponto de equilíbrio e precisa urgentemente de um aquecimento de mercado para obter melhores resultados financeiros. Por isso, em 2020, gostaria de ver o crescimento da economia e também a evolução dos serviços básicos na minha cidade. Nossa região carece de melhor infraestrutura para atrair novos negócios, gerar mais empregos e assim oferecer melhor qualidade de vida para a população. Tudo está interligado e o desenvolvimento só acontece quando atinge toda a cadeia produtiva.

■ Laecio Delfino de Oliveira, Delfino Auto Center – Irecê (BA) Tempo no mercado: 24 anos

AJUSTE DA MÁQUINA PÚBLICA

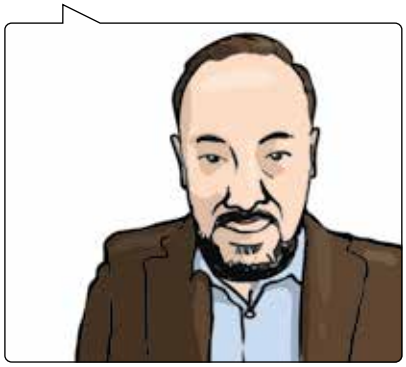
Neste ano tivemos alguns avanços com a desburocratização trabalhista, previdenciária e administrativa. Então, meu pedido para 2020 é ver os resultados práticos dessas ações. A nossa região no norte de Mato Grosso já colhe os benefícios desta nova era, com o término da pavimentação da BR 163, mas é preciso ainda fortalecer o agronegócio, que será a mola impulsora no mercado de reposição. Também peço a continuação nos cortes da máquina pública, assim como todo empresário faz quando precisa ajustar as contas da empresa. Foi pensando nisso que trocamos o comando do nosso querido Brasil.

■ Euzébio Sidinei Lucietto, Araras Auto Peças – Guarantã do Norte (MT). Tempo no mercado: 33 anos

MERCADO JUSTO

Tenho três desejos para 2020. No âmbito político aposto na reforma tributária e da previdência para todos os segmentos de mercado retomarem o crescimento. Em termos comerciais, acredito nas redes associativistas, como a rede Pit Stop, como pilar de sustentação das autopeças, pois nos ajudam a estruturar o negócio de forma dinâmica e lucrativa e coíbem atividades ilícitas no setor. No plano pessoal, pretendo abrir nossa sexta loja em alguma cidade da região.

■ Levino Sergio Malachias, Malachias Autopeças – Pirassununga (SP), Associado Rede PitStop. Tempo no mercado: 32 anos



HORA DE INVESTIR NA EXPANSÃO

Os ótimos resultados de 2019 nos mostram que o mercado está aquecido, a economia dá sinais de estabilidade e é hora de investir na ampliação do nosso negócio. Pretendemos no próximo ano abrir uma filial em Redenção, cidade que fica a 100 quilômetros da nossa sede. O município é jovem, tem apenas 37 anos, mas apresenta um grande potencial de crescimento. Também desejamos ampliar as instalações da loja de Conceição do Araguaia para oferecer melhor atendimento aos nossos clientes.

■ Welder Max Rodrigues Carneiro, Santa Luzia Auto Peças – Conceição do Araguaia (PA), Associado Pit Stop

Tempo no mercado: 9 anos

PROSPERIDADE PARA TODOS

Nosso país está em crescimento e as pessoas estão mais atentas ao que acontece no mundo e em busca de melhorias para a vida pessoal e profissional. Desejo que em 2020 todos nós possamos ter mais oportunidades, que as empresas tenham recursos para movimentar o próprio negócio, menos burocracia e menos impostos. Que possamos trabalhar com dignidade, oferecer ótimas condições de vida aos nossos colaboradores e, principalmente, servir bem aos nossos clientes. E, para finalizar, muita saúde e paz.

■ Donizete Alves Ferreira, Brasil Auto Center – Anapu (PA)

Tempo no mercado: 30 anos

INOVAR PARA CRESCER

Neste ano, fomos premiados em duas campanhas com viagens para o exterior, o que nos proporcionou o conhecimento de novos mercados e possibilidade para aplicar essa experiência na nossa empresa. Para o próximo ano, o nosso desejo é inovar, entrando no mercado digital. Precisamos de um catálogo atualizado e que o cliente sinta segurança em comprar. Nosso maior desafio é tornar o atendimento virtual humanizado, oferecendo as mesmas garantias das nossas lojas físicas.

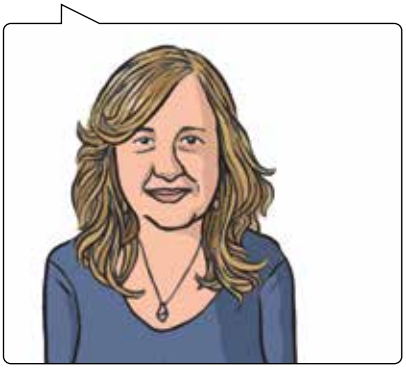
■ André Hito, Placin Autopeças – Santo André (SP)

Tempo no mercado: 16 anos

TECNOLOGIA PARA ACELERAR VENDAS

São vários os desejos para 2020, dentre eles espero que o ramo de autopeças tenha crescimento nas vendas e que nossos investimentos em tecnologia tragam retorno satisfatório mesmo sabendo que o contato virtual ainda não é o principal meio de atendimento ao cliente, que ainda necessita de esclarecimento presencial no momento da compra. Também aguardo a aprovação da reforma tributária e que o ano seja repleto de saúde, paz e energia para realizarmos todos os nossos sonhos.

■ Sibeli Trimboli da Silva, Auto Peças Sibeli - Carapicuíba (SP) - Associado Rede Pit Stop. Tempo no mercado: 42 anos

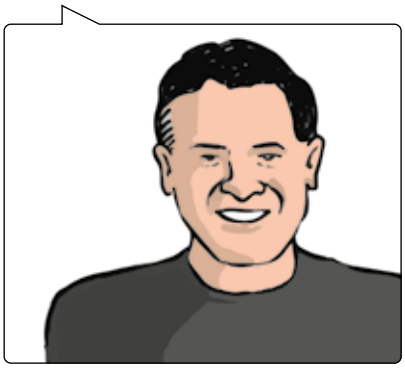


AMBIENTE PROPÍCIO AO CRESCIMENTO

Esperamos que em 2020 o incentivo aos pequenos empresários seja mais eficaz, com redução nas taxas e impostos e aumento da nossa expectativa de crescimento. Neste ano, tivemos o pico máximo de vendas e pretendemos continuar evoluindo, aprimorando os serviços oferecidos aos clientes e investimento no desenvolvimento da nossa equipe. Mas não desejamos crescer sozinhos, espero que a honestidade, a qualidade e o superávit comercial alcancem todas as empresas deste país.

■ Jaime Francisco Rostirola, G4 Autopeças – Chapecó (SC)

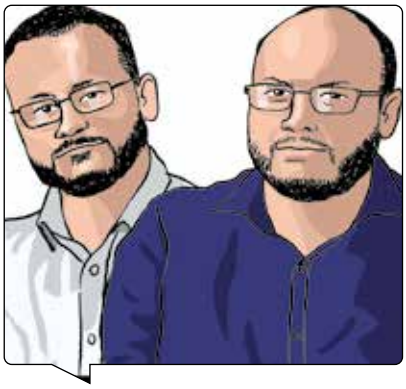
Tempo no mercado: 9 anos



LIBERDADE PARA GERAR RIQUEZA

Estou com muitas expectativas para 2020. Internamente, gostaria de concretizar o sonho de ampliar as minhas instalações para ter mais espaço para o estoque. Em termos de gerenciamento, desejo uma reforma tributária com a unificação dos impostos. E para minha cidade quero ver os meus projetos sociais na área de educação deslancharem. Já faço um trabalho com os alunos da região para coleta de lixo eletrônico, mas preciso de apoio para tornar a logística desses materiais mais azeitada.

■ Luciano Sergio da Nobrega, Seridó Autopeças – Jardim do Seridó (RN). Tempo no mercado: 13 anos



TERMÔMETRO DA ECONOMIA

Nós da Genuína gostaríamos de, em 2020, ver realizadas, e em ação, as reformas política, tributária e econômica, que irão fomentar a economia do nosso setor. Trabalhamos com a linha de peças pesadas, segmento combalido nos últimos anos devido aos vários erros na política econômica do país. A expectativa para o próximo ano é muito boa e, como já sabemos, quando esse setor da economia vai bem, funciona como um termômetro positivo para os demais setores.

■ Marcelo Carreira e Mário Bussoli, Genuína Auto Peças – São José do Rio Preto (SP). Tempo no mercado: 25 anos

SER UMA AUTORIDADE NO MERCADO

Nós da Dib Auto Peças estamos há dois anos no mercado, atuando na cidade com três lojas. Nosso maior desejo para 2020 é continuar oferecendo aos nossos clientes um atendimento de excelência, humanizado, capaz de trazer soluções práticas e eficientes, a preço justo e com agilidade na entrega. Desejamos também abrir novos postos de trabalho e investir na boa formação profissional, para ganharmos maior notoriedade no segmento.

■ Marly Chaves Rodrigues e Thiago Ferreira, Dib Auto Peças – Campo Grande (MS)

Tempo no mercado: 2 anos

CÍRCULO VIRTUOSO

Meu sonho para 2020 é ver o Brasil se tornar mais igualitário em todas as regiões e vamos conseguir isso com a reforma tributária, uma política séria e segurança jurídica. Depois de quatro anos de estagnação, voltaremos a progredir. Neste ano, Goiás computou o maior crescimento industrial do país, e a previsão da safra para 2020 é de 240 milhões de toneladas. O que é bom não só para os estados agrícolas, mas para todas as regiões, que serão beneficiadas com uma economia mais ativa e vibrante.

■ Célio Spíndula, Eurodiesel – Goiânia (GO)

Tempo no mercado: 18 anos

ISTOCKPHOTO

ZF | AFTERMARKET

EMBREAGEM É SACHS.

TRANSMITA QUALIDADE PELA ESTRADA.

Seu veículo merece rodar pelo asfalto com desempenho, resistência e confiabilidade. E ninguém melhor que a marca líder de mercado para oferecer tudo isso.

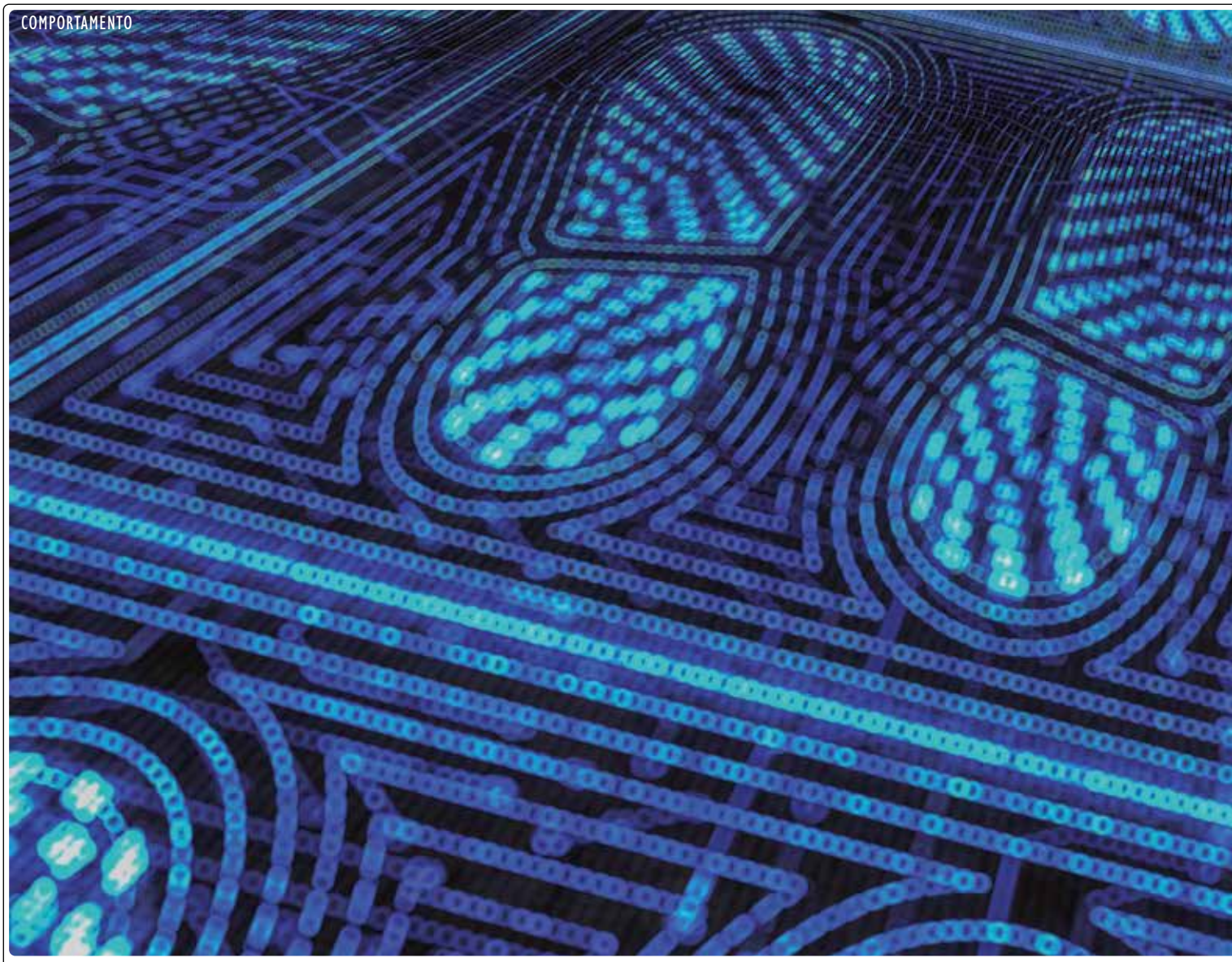
Confira o portfólio completo de embreagens e atuadores e leve a qualidade das peças originais de fábrica para o seu carro.

AUDAZ / SACHS

Trânsito seguro: eu faço a diferença.

aftermarket.zf.com/br/sachs
0800 011 1100

SACHS



Quais pegadas digitais você tem deixado?

Ainda hoje em dia muita gente ignora que tudo aquilo que publica nas redes digitais serve como avaliação de comportamento para as empresas

Por Flávio Moura

Recentemente, um funcionário da área de RH de uma empresa que fica em Campo Grande (MS) perdeu seu emprego após publicar uma série de vídeos em que debochava dos currículos enviados para análise. Ao postar o conteúdo nas redes sociais, o rapaz expôs os candidatos, a companhia em que atuava e ele mesmo.

Ainda hoje em dia muita gente ignora que tudo aquilo que publica deixa "pegadas digitais". E, ao contrário das pegadas físicas, os rastros deixados no ambiente virtual são praticamente eternos. Mesmo que você delete um vídeo sem-noção cinco minutos depois, o conteúdo já pode ter sido salvo por alguém, compartilhado e, até mesmo, se tornado um viral.

As empresas estão de olho

Plataformas como LinkedIn e Facebook têm sido cada vez mais utilizadas para avaliar o comportamento

ISTOCKPHOTO

de profissionais antes mesmo da contratação. Dessa forma, as companhias são capazes de confrontar aquilo que o candidato apresenta com os valores propostos por ela.

Essa investigação minuciosa permite às organizações avaliar como o indivíduo é, o que ele pensa, como se comporta fora do trabalho e, especialmente, se é uma bomba-relógio para a imagem da empresa no futuro.

"Mesmo que você delete um vídeo sem-noção cinco minutos depois, o conteúdo já pode ter sido salvo por alguém, compartilhado e, até mesmo, se tornado um viral"

Quando pergunto aos recrutadores o que cria pegadas digitais com grande potencial de dano, eles costumam comentar três coisas:

– Falta de visão de longo prazo. Os seus posts de hoje ficarão registrados para sempre e, a qualquer momento, alguém pode desenterrar um material comprometedor. Então, antes de publicar um conteúdo polêmico, avalie: "Como isso pode me prejudicar daqui a alguns anos?"

– Discurso de ódio. Você não ganha nada emitindo opiniões preconceituosas ou hostis. Por isso, cuidado com as palavras ao rebater opiniões alheias que são diferentes daquilo que pensa. Isto é, não fira os limites do bom-senso.

– Fotos e vídeos comprometedores. Muita gente que busca informações sobre você não o conhece profundamente e aquele registro que um amigo fez quando estava bêbado num churrasco e foi publicado no Face danifica a sua imagem sim.

Pontos positivos

Em contrapartida, as pegadas digitais também podem fortalecê-lo profissionalmente. Se o conteúdo que você publica nas redes for útil a outras pessoas, por exemplo, não tenha dúvida de que vai construir a reputação de um profissional confiável aos olhos de quem o acompanha.

Também percebo que algumas pessoas conseguem manter um diálogo respeitoso na web com quem pensa diferente delas e essa capacidade de serem conciliadoras demonstra uma competência muito valorizada no mundo corporativo.

Desejo que as suas pegadas digitais registrem e reflitam as coisas boas que existem em você, que represente a sua personalidade e, principalmente, que estimule as pessoas a seguirem os passos que tem trilhado. Se você conquistar seguidores que se inspirem em seus pensamentos e ações, saiba que está no caminho certo.

P

DIVULGAÇÃO

Flávio Moura é palestrante e consultor empresarial com grande experiência em Formação de Lideranças e Gerenciamento Operacional, é mestre em Ensino, possui especializações em Estratégia Empresarial e Empreendedorismo, bem como em Engenharia da Produção e Logística. Além disso, apresenta-se em grandes eventos nacionais, como o CBTD (Congresso Brasileiro de Treinamento e Desenvolvimento), é comentarista convidado de programas de TV e atua como professor em cursos de pós-graduação de várias instituições de ensino.
www.caputconsultoria.com.br
flavio@caputconsultoria.com.br

A revolução do carro elétrico: é hora de dar a partida

Gradual crescimento nas vendas de carros elétricos e híbridos no país provoca movimentação na cadeia automotiva, com o objetivo estratégico de garantir espaço e atender os clientes

Por Paulo Carneiro

Embora o processo de disseminação dos carros elétricos e híbridos esteja apenas no começo no Brasil, um levantamento da CPFL Energia, que atua em distribuição, geração e comercialização de energia elétrica, indica que a frota circulante nacional nessa área chegará a aproximadamente 2 milhões de unidades até 2030. Enquanto reparadores e varejistas partem em busca de treinamento e informação, os principais fabricantes de autopeças investem pesado em pesquisa, movidos pela certeza de que o futuro é agora.

De acordo com o gerente sênior de serviços da ZF, Fernando Martins Rodrigues, a empresa tem participa-

ção fundamental nessa transformação em nível global, tanto com testes de novas tecnologias, como no lançamento de produtos. "Já temos isso como realidade para o mercado brasileiro, mas acreditamos que a mudança será gradativa, pois o país vai conviver ainda por alguns anos com veículos convencionais", diz. "Estamos prevendo que, neste ínterim, haverá crescimento dos veículos híbridos e, por fim, expansão dos 100% elétricos."

Em sua opinião, a ZF Aftermarket tem oferecido uma variedade de treinamentos aos mecânicos e varejistas e estará sempre compartilhando conhecimento. "Há mais de dois anos estamos com a plataforma Amigo Bom de Peça, e, agora, também com o Amigo Bom de Venda, contribuindo para que a evolução não seja uma surpresa para esses profissionais", diz. "A ZF é pioneira em eletromobilidade no mundo e, nos últimos anos, desenvolveu inúmeras soluções inovadoras para veículos elétricos. A nossa maior contribuição será demonstrar com transparência que a transição não causará danos ao mercado reparador."

Já o gerente sênior de Desenvolvimento de Produtos, Tales Miranda, afirma que a ZF Aftermarket está atenta ao que acontece no mercado brasileiro, independentemente do tamanho da demanda apresentada. "Recentemente, lançamos as pastilhas Electric Blue, as primeiras no país desenvolvidas para veículos 100% elétricos. Elas reduzem significativamente o ruído de frenagem, o que é um diferencial nosso, pois esse barulho pode ser ouvido no interior do veículo devido à ausência de motor a combustão", explica. "A combinação sob medida do material utilizado reduz em 45% a emissão de partículas durante a frenagem, evitando impacto negativo no sistema elétrico, que em alguns casos fica perto do eixo."

Recomeço do aftermarket

O especialista destaca ainda que a substituição do veículo convencional pelo elétrico não representará o fim do aftermarket, ainda que provoque a aposentadoria do tradicional motor a explosão. "Para funcionar, o carro elétrico precisa de uma bateria de alta potência, uma enorme quantidade de módulos, centrais eletrônicas e chicotes elétricos. Em resumo, milhares de componentes mais simples, e relativamente de menor custo, serão substituídos por componentes muito mais complexos e, obviamente, mais caros", afirma.

Miranda faz questão de enfatizar que os veículos convencionais continuarão sendo atendidos "com agilidade e eficiência" pela empresa. "A transição não será repentina, o que nos dá condições de previsibilidade, já que a ZF é agente dessa mudança."

Na mesma linha, a Bosch também está totalmente focada na eletrificação automotiva, com investimentos em pesquisas e desenvolvimento, segundo o gerente de Assistência, Serviços e Treinamento da divisão Automotive Aftermarket, Daniel Lovizaro. "A empresa é atualmente, em âmbito global, uma das principais fornecedoras de tecnologias de eletrificação e sistemas de assistência ao condutor para as montadoras. Além disso, criou a Connected Mobility Solutions, uma divisão com foco em serviços conectados para atender as demandas de veículos elétricos,

FOTOS ISTOCKPHOTO

ISTOCKPHOTO

híbridos e autônomos", acrescenta. "De acordo com estimativas da própria Bosch, quase 20 milhões de veículos híbridos e elétricos serão produzidos em escala global até 2025 e, por essa tendência, a mobilidade elétrica é uma das mais importantes áreas de atuação do Grupo Bosch."

Segundo o gerente, "o portfólio de soluções envolve sensores, câmeras, radares e atuadores, unidades de comando e softwares de controle, motores elétricos AC/DC e inversores, além de uma vasta gama de serviços conectados". De acordo com Lovizaro, mesmo com o advento dos veículos elétricos, o motor a combustão ainda terá uma participação bastante expressiva por muitos anos, e a Bosch continuará disponibilizando peças e componentes, conforme as exigências do mercado.

Ainda segundo ele, a Bosch acompanhará os profissionais do aftermarket durante a transição, oferecendo capacitação para todas as linhas do mercado, em meio à diversidade do setor automotivo. "A empresa, inclusive, já disponibiliza um programa completo sobre equipamentos de segurança especiais (EPIs), ferramentas isoladas, equipamentos de teste e diagnóstico e treinamentos com foco na manutenção de veículos elétricos e híbridos e de sistemas de assistência ao condutor, como o ADAS."

Laboratório na Fórmula E

Também o gerente de Assistência Técnica & Produto - Aftermarket Automotivo da Schaeffler, Airton Prado, declara que a empresa não só acompanha como está na vanguarda dessa tendência. "Em vista disso, foi criada, nos últimos anos, uma unidade de negócios focada em veículos elétricos, e a equipe da Schaeffler na Fórmula E (competição de carros elétricos) é usada como laboratório para as novas tecnologias, entre outras ações na área da mobilidade". Segundo ele, a empresa apresentou em setembro, em Hannover, Alemanha, a expansão do portfólio de mobilidade elétrica, incluindo soluções para propulsão híbrida e propulsão por eixo elétrico. "São projetos que oferecem eficiência e uma boa relação preço/desempenho para o mercado. Por isso, todo esse portfólio também poderá ser aplicado à reposição."

Quanto ao treinamento, Prado afirma que o compromisso do aftermarket automotivo é levar cada vez mais conteúdo especializado aos clientes e parceiros da Schaeffler em todo o país. "Para tanto, lançamos este ano uma nova plataforma, o REPXPERT (www.repxpert.com.br), que fornece uma amplitude de materiais técnicos e permite maior agilidade e atualização dos mecânicos", diz. "Seu menu de navegação é simples, com mecanismo de busca inteligente, oferecendo aos usuários informações relevantes de maneira rápida e direcionada." Segundo ele, uma das vantagens é o acesso ao catálogo on-line vinculado ao portfólio completo do aftermarket.

"Além do site, inauguramos, na planta em Sorocaba, um Centro de Treinamento Técnico, especialmente equipado, com expositores de produtos das marcas LuK, INA e FAG, onde são ministrados treinamentos presenciais." De acordo com o gerente, a equipe técnica prepara mensalmente material destinado ao esclarecimento das dúvidas e dificuldades. "Com essas ações, a Schaeffler está pronta para atender às novas demandas e a capacitar os aplicadores em novas tecnologias."

No vaivém do mercado, a troca de informações é cada vez mais ampla nessa fase em que o país se prepara para a mudança de cenário. Segundo o presidente do Sindirepa SP e Sindirepa Nacional, Antônio Fiola, as oficinas querem conhecer

Pellegrino

é muito mais confiança.

Soluções completas nas melhores marcas de autopeças.

Trabalhar com as melhores marcas em um portfólio completo das linhas leve e pesada. Esse é o segredo que faz da Pellegrino uma das principais distribuidoras de autopeças do mercado, uma referência de parceria e confiança que você sempre pode contar.

aplic
authomix
BOSCH
BROSOL
Controil
DAYCO
duramETAL
Dyna
EATON
FAG
FANIN
FRASLE
FREMAX
Gates
Grazzi Metal
HALOWAY
IMA
INA
KNORR-BREMSE
LEMFÖRDER
LOCTITE
LonaFlex
LUK
MAHLE
MASTER
MASTER POWER
MAX GEAR
MERITOR
MONROE AXIOS
NAKATA
PARAFLU
PETRONAS
PHILIPS
SABÓ
SACHS
SAMPEL
SCHADEK
SKF
SPICER
SUPORTE RÉ
TIMKEN
TRW
URBA
Valeo
VARGA
VDO
VISCONDE
WABCO
WIX

CARRO 100%

Trânsito seguro: eu faço a diferença.

Acesse nosso site e encontre a Pellegrino mais perto de você

pellegrino.com.br

Pellegrino

Conte com nossa gente.

ISTOCKPHOTO

essas novas tecnologias e se preparar para o reparo dos veículos elétricos, que segundo ele, trazem "uma verdadeira revolução ao setor". "Existem muitas coisas relacionadas que vão impactar a forma de reparar, não só porque são tecnologias e sistemas diferentes, mas porque exigem cuidado do reparador ao mexer nesses carros. O manuseio exige atenção e equipamentos para isolamento, pois estamos falando de alta tensão."

De acordo com Fiola, o Sindirepa está participando oficialmente do programa do governo que trata da construção da base normativa e legal da eletrificação veicular no que tange à segurança. "Embora o parque de veículos puramente elétricos e híbridos ainda seja pequeno, a tendência é que esta frota aumente, e a questão da segurança será vital para a reparação."

Já o presidente do Sincopeças-SP e vice-presidente da Fecomércio-SP, Francisco Wagner De La Tôrre, acredita que em pouco tempo o setor absorverá o impacto. "Pela minha experiência, baseada em momentos marcantes dos últimos 30 anos, acho que o varejo responde na medida em que as demandas nascem a cada inovação tecnológica. Foi assim na passagem do platinado e condensador para a distribuição transistorizada, na passagem do veículo carburado para a injeção eletrônica, na introdução do air bag e do ABS", afirma o dirigente. "Entretanto, a introdução tecnológica do veículo elétrico traz um impacto muito maior, mas assim que as demandas forem se apresentando, tanto o mecânico quanto o varejista conseguirão dar a resposta necessária."

Nesse cenário de mutação, o Sebrae também entra em campo para prestar assistência ao médio e pequeno empresário, partindo da premissa de que o carro elétrico já está circulando. "Essa transformação traz oportunidades e desafios para as médias e pequenas empresas do setor de autopeças", afirma o consultor de negócios Francisco Marques, de Votuporanga (SP). Segundo ele, as empresas que já estiverem atualizadas sairão na frente, pois são poucas as que dispõem de profissionais capacitados, uma vez que a demanda ainda é pequena. "Surgirão várias oportunidades, seja na comercialização de acessórios e equipamentos, assim como é necessário ter o mecânico atualizado, atuando como um influenciador de compras e mantendo sua clientela."

Ele adverte que existem alguns desafios a serem enfrentados, como o valor do investimento necessário à compra de equipamentos e ferramentas para atender aos novos tipos de veículos. "Outro desafio é a transformação do profissional de reparação automotiva, levando em conta que o motor a combustão será irreversivelmente substituído pelo elétrico." Segundo Marques, por falta de planejamento, alguns empresários cometem o erro de adquirir equipamentos antes de treinar a equipe. "Nesse sentido, vale ressaltar a cena que presenciei há alguns meses, em um posto de combustível que já tinha ponto de recarga, mas não tinha nenhum frentista capacitado a executar o serviço", diz. "Dessa maneira, é fundamental para a sobrevivência e competitividade das MPE compreender que as novas tecnologias trarão muitas oportunidades, porém só irão usufruir as empresas que iniciarem já as capacitações para acompanhar o que está ocorrendo."

SAIBA MAIS

ZF
0800 011 1100
(15) 99619-9689
aftermarket.southamerica@zf.com
https://aftermarket.zf.com

BOSCH
0800-7045446
www.bosch.com

SCHAEFFLER
(15) 3335 1500
sac.br@schaeffler.com
www.schaeffler.com.br

ANTONIO FIOLA (SINDIREPA-SP)
(11) 3549-4749
www.portaldareparacao.com.br

FRANCISCO WAGNER DE LA TÔRRE (SINCOPEÇAS-SP)
(11) 3287-3033
http://portaldaautopeca.com.br/

FRANCISCO MARQUES (SEBRAE)
0800-5700800
http://www.sebrae.com.br

Pela família. Escolha o trânsito seguro

Venha fazer parte da maior rede de autopeças, oficinas e retíficas do Brasil

Rede PitStop

EUROGARAGE

TOP TRUCK

Quem faz parte, evolui.
www.pitstop.com.br

GET IT ON Google Play

Download on the App Store

BOSCH
Tecnologia para a vida

FRAS-LE

MONROE AXIOS

Pellegrino

é muito mais agilidade.

O melhor negócio em motopeças, com as melhores marcas.

Para encontrar as melhores marcas em motopeças, vai direto para a Pellegrino.
São 22 filiais em todo o Brasil, levando agilidade e o melhor negócio,
com atendimento especializado que é referência no mercado.

alba · authomix · BOSCH · COBREQ · compti · FREUDENBERG-NOK · DIA-FRAG · ENERGY · FAG · FRAM · GVS · HALOWAY · Heliar · INA · LOCTITE · MAGNETRON · METAL LEVE · NACHI · NAKATA · NGK · PETRONAS · PHILIPS · PIRELLI · PLASMOTO · POSITRON · RIFFEL · SABÓ · SORETTO · TAURUS · TIMKEN · VARGA · VAZ · VEDAMOTORS

MOTO 100%

Trânsito seguro: eu faço a diferença.

Acesse nosso site e encontre a
Pellegrino mais perto de você
pellegrino.com.br

Pellegrino
Conte com nossa gente.

APROVADO NAS PISTAS E ESTRADAS.

A Fremax tem o Disco de Freio Nº1 porque suas tecnologias estão a frente de todas as outras.
Pronto para instalar, maior durabilidade, assentamento mais rápido com a pastilha de freio e acabamento superior.

CARBON+
A MAIOR RESISTÊNCIA

READY TO GO
PRONTO PARA INSTALAR

PAINTED DISC
ACABAMENTO SUPERIOR

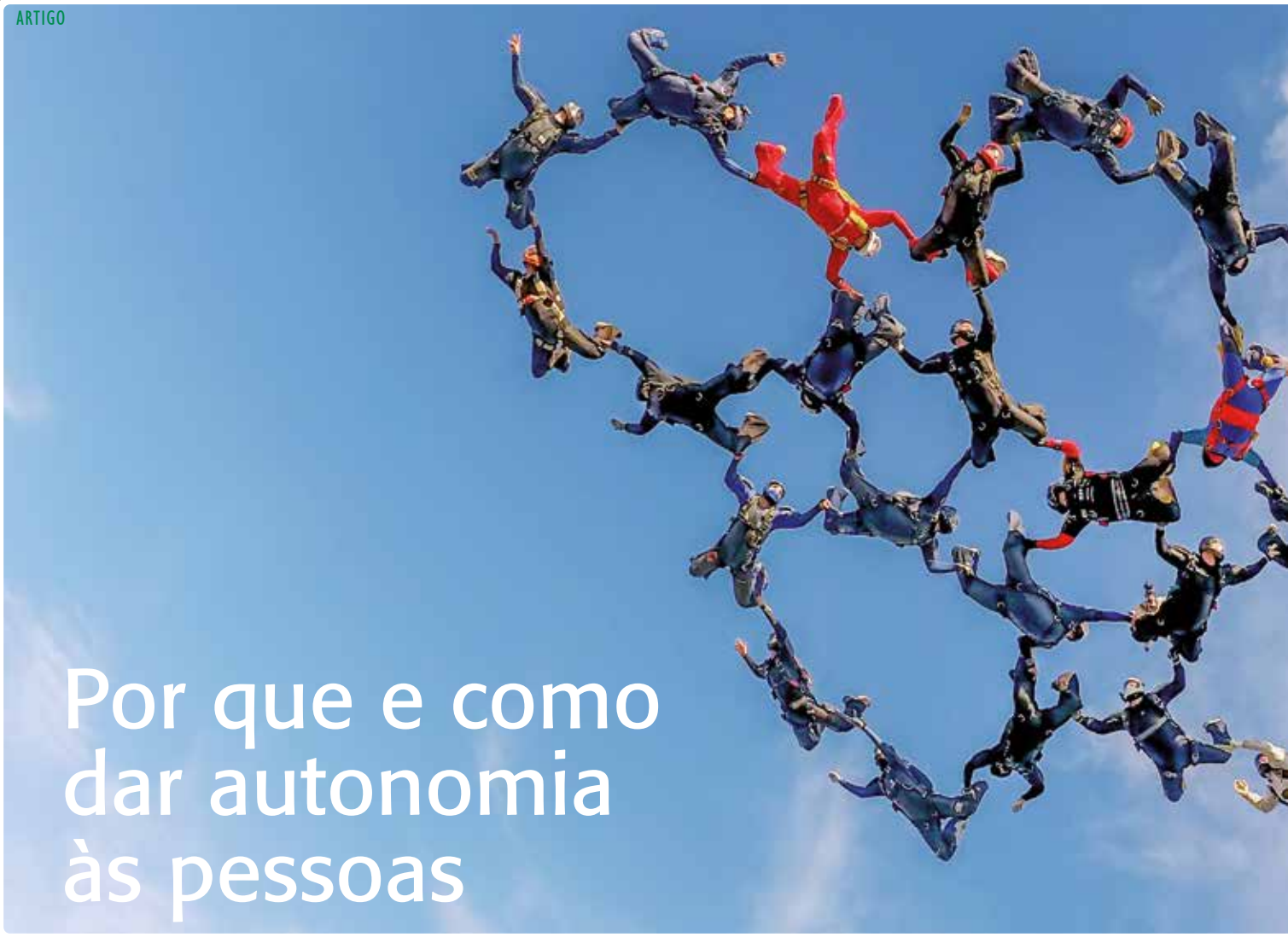
STOP AND GO!
MELHOR ASSENTAMENTO

DISCOS E TAMBORES DE FREIO.
O maior portfólio de discos de reposição do Brasil.

FREMAX
FAZER O MELHOR. ISSO É O QUE NOS MOVE.

NO TRÂNSITO, DÊ SENTIDO À VIDA.

© intervene



Por que e como dar autonomia às pessoas

Ninguém consegue formar um time de sucesso sem abrir mão da centralização excessiva

Por Wellington Moreira

Existe uma máxima na gestão de equipes: você só sabe que é um líder eficaz quando não está por perto e, assim mesmo, as coisas acontecem como deveriam. Ou seja, ninguém consegue formar um time de sucesso sem dar autonomia às pessoas. Precisamos ajudar nossos liderados a tomarem boas decisões – e a executá-las –, especialmente quando estão sós. É por isso que a centralização excessiva e o microgerenciamento são grandes problemas. Controlados de perto, os colaboradores ficam dependentes do gestor e não se desenvolvem como poderiam. Resultado: o grosso do trabalho do dia a dia cai nas mãos de quem deveria cuidar da estratégia.

Autonomia gera liderança

Ao estimular a autonomia dos seus liderados, surgirão duas consequências. A primeira é que você acabará formando novos líderes. E a outra é que, em decorrência disso, as pessoas "descolarão" de você à medida que conseguirem caminhar por conta própria.

Conversando recentemente com um empresário, ele me contou que, nas últimas três décadas, cerca de 50 profissionais saíram da companhia que dirige para empreender fora dela. As pessoas receberam autonomia, progrediram e depois foram buscar novos caminhos porque a empresa em questão – apesar de ter crescido bastante nesse período – foi incapaz de manter esses talentos por perto.

Há quem prefira evitar revoadas assim mantendo as pessoas em baixo desempenho. Mas não seja um deles. Lembre-se das sábias palavras de Henry Ford: "Só há uma coisa

ISTOCKPHOTO

pior do que treinar colaboradores e eles partirem. É não capacitá-los e eles permanecerem."

Delegue tarefas corretamente

Mas, afinal de contas, como podemos desenvolver a autonomia das pessoas? O passo crítico é delegar tarefas corretamente. Muitos líderes são apenas "delargadores". Jogam novas atividades no colo de terceiros esperando que se virem e sem lhes dar apoio algum.

Na hora de delegar, lembre-se de que existem dois tipos de autonomia. O primeiro é aquele que chamamos de autonomia para sugerir. Você encoraja as pessoas a manifestarem ideias e opiniões numa dada situação. Algo do tipo: "Se você fosse a pessoa responsável por resolver essa tarefa, o que faria?" O que quer, neste caso, é entender como seu colaborador pensa e o que geralmente leva em conta na hora de tomar decisões.

Assim que ele evoluir, o próximo passo é aplicar a autonomia para agir. Para isso, inicialmente delegue atividades de menor complexidade ou impacto, permitindo que o profissional resolva questões que não envolvem grandes riscos. E assim que ele aprender a dar conta dessas atividades delegadas, você confere outras mais expressivas que aceleram o desenvolvimento de verdade.

Contudo, em relação a autonomia para agir, sempre avalie: "Você está delegando tarefas que realmente podem ser feitas por outras pessoas ou aquilo que seu liderado passou a executar tem a ver com a essência do papel de gestor que cabe a você mesmo?" Alguns líderes costumam transferir para analistas e assistentes a contratação e o desligamento de colaboradores, a definição de metas e outras demandas que não devem ser terceirizadas.

Por fim, cuidado para não desenvolver as pessoas erradas. Se, depois de algum tempo recebendo autonomia, seus colaboradores ainda precisarem muito de você para executar as mesmas coisas, é um sinal de que você não investiu nas pessoas certas. Infelizmente, não é todo mundo que quer ou tem potencial para progredir na medida que a sua empresa precisa.

"Ao estimular a autonomia dos seus liderados, surgirão duas consequências. A primeira é que você acabará formando novos líderes. E a outra é que, em decorrência disso, as pessoas 'descolarão' de você à medida que conseguirem caminhar por conta própria"

DIVULGAÇÃO

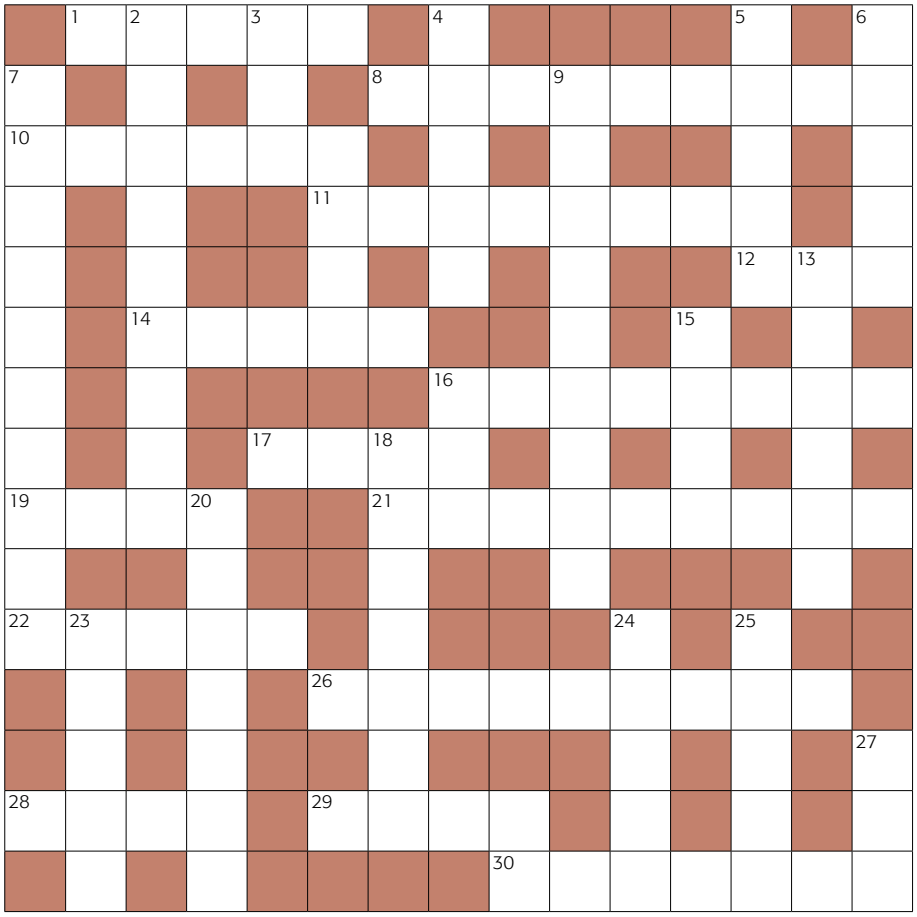
Wellington Moreira é palestrante e consultor empresarial especialista em Formação de Lideranças, Desenvolvimento Gerencial e Gestão Estratégica, também é professor universitário em cursos de pós-graduação. Mestre em Administração de Empresas, possui MBA em Gestão Estratégica de Pessoas e é autor dos livros "Líder tático" e "O gerente intermediário", ambos publicados pela Ed. Qualitymark.
www.caputconsultoria.com.br
wellington@caputconsultoria.com.br

AVENTURAS DE UM SUPERBALCONISTA

VALE UM BRINDE ESPECIAL

Os 50 primeiros que responderem corretamente as cruzadas em nosso site ganharão brinde especial.
Acesse www.pellegrino.com.br/revista
Atenção: preencha seus dados corretamente para que o brinde chegue a suas mãos.

CRUZADAS



HORIZONTAIS

1. Grude, afeição, estima, tenacidade
8. Portagão, tapume que sustém as águas de uma represa
10. Pequena igreja (plural)
11. Uma... do meu carro está queimada
12. O oposto da não-existência
14. Data favorita de 10 entre 10 comerciantes
16. Planta símbolo da festa mais aguardada pelos brasileiros
17. Primeira luz do dia
19. Diligência, desvelo
21. O melhor do melhor
22. Aparelho que recebe ondas hertzianas
26. Tradicional alimento natalino de origem milanesa (plural)
28. Gás usado em um tipo de lâmpada elétrica
29. ... natalina
30. Apesar de estreita, o bom velhinho nunca entala nela

VERTICAIS

2. Personagem inspirado em São Nicolau
3. "Companhia aérea" que todo jogador persegue
4. Boné redondo e achatado, geralmente feito de lã
5. O que não está na frente vem...
6. ...a carne é diversão de fim de semana
7. O contrário de "esbanjar"
9. Ele desce pela chaminé para trazer...
13. Corrigenda
15. Fenômeno meteorológico que acontece sob intenso frio
16. "Paz" em latim
18. Antônimo de "dobrez"
20. Palavra ... é a que o acento tônico recai sobre a última sílaba
23. ... significa habilidade e lida com a criatividade (plural)
24. Música de Paulo Vanzolini que retrata a vida boêmia
25. "Obrigado" em francês
27. Interjeição utilizada para festejar dribles espetaculares

PALÁCIO DE GYEONGBOKGUNG É SÍMBOLO NA COREIA DO SUL

O SÍMBOLO DE BOMBA D'ÁGUA PARA CARROS COREANOS *É URBA!*

UB0426

NO TRÂNSITO, O SENTIDO É A VIDA.

APLICAÇÕES PARA CARROS COREANOS

HYUNDAI

UB0203 - H100 2.5 DIESEL 4CIL (1995...1998)
UB0415 - ACCENT 1.5 (1995...2000)
UB0417- ACCENT 1.5 (TODOS)
UB0420 - I30 2.0 16V (2009...) / TUCSON 2.0 16V (2004...)
ELANTRA 2.0 16V (1996...2000)
UB0421- HB20 1.0 3 CIL (2011...)
UB0423 -TUCSON 2.7 V6 24V (2004...2014)
SANTA FÉ 2.7 V6 24V (2004...2014)
SONATA 2.7 V6 24V (...2000)
UB0425 - ATOS 1.0 8V (2001...2003)
UB0426 - HB20 1.6 16V (2012...)
I30 1.6 16V (2013...)
VELOSTER 1.6 16V (2012...)
UB0450 - VERACRUZ 3.8 V6 (TODOS)

KIA

UB0215 - SPORTAGE 2.0 16V 4X4 (1995...1998)
UB0420 - SPORTAGE 2.0 16V (2004...)
CERATO 2.0 16V (2004...2006)
CARENS 2.0 16V (2004...2006)
UB0421 - PICANTO 1.0 3 CIL (2011...)
UB0423 - SPORTAGE 2.7 V6 24V (2004...2014)
UB0426 - KIA SOUL 1.6 16V (2009...)
CERATO 1.6 16V (2010...)
UB0440 - BONGO K2700 2.7/3.0 DIESEL (1998...)
BESTA 2.7/3.0 DIESEL (1995...)
UB0845 - HI-TOPIC VAN (FURGÃO) 2.7 D (1994...1997)
TOPIC CARGA/LUXO/ SUPER LUXO 2.7 D (1997...1999)
HI-TOPIC STD/SLX/SDX/DLX FULL 2.7 D (1993...1998)

Peça original, peça Urba!
SÍMBOLO EM BOMBA D'ÁGUA NO MUNDO!

ASSISTÊNCIA TÉCNICA E GARANTIA
0800 880 21 54 • São Paulo/Capital
4003 2158 • Demais Localidades

urbabrosol
011 94553-3531
sac@urba-brosol.com.br

Empresa 100% Brasileira
www.urba-brosol.com.br

URBA®

SUA MARCA SEU JEITO

BOMBAS D'ÁGUA E DE ÓLEO TEM QUE SER NAKATA.

Qualidade e confiança para o motor é tudo o que seu cliente exige. Por isso, as bombas d'água e de óleo Nakata são produzidas para garantir alta performance com durabilidade e segurança em qualquer caminho. É a força do azul trabalhando do jeito certo para você conquistar vendas e clientes.

Trânsito seguro: eu faço a diferença.

nakata.com.br | 0800 707 80 22

TUDO AZUL. TUDO NAKATA.

nakata digital

Blog EAD

NAKATA®