

# novovarejo,

Desde 1994 a maior publicação do varejista de autopeças



## INDÚSTRIAS DE AUTOPEÇAS RECEBEM O PRÊMIO INOVA

pág. 18

## MARCOS BARDAGI, DA FUNDAÇÃO NACIONAL DA QUALIDADE, FALA SOBRE EXCELÊNCIA NA GESTÃO

pág. 10



## DEBATE "PERSPECTIVAS INOVA" APURA EXPECTATIVAS POSITIVAS PARA 2019

pág. 30



## AMPLIAÇÃO DO NEGÓCIO É DESAFIO PARA EMPRESÁRIOS VAREJISTAS

pág. 50

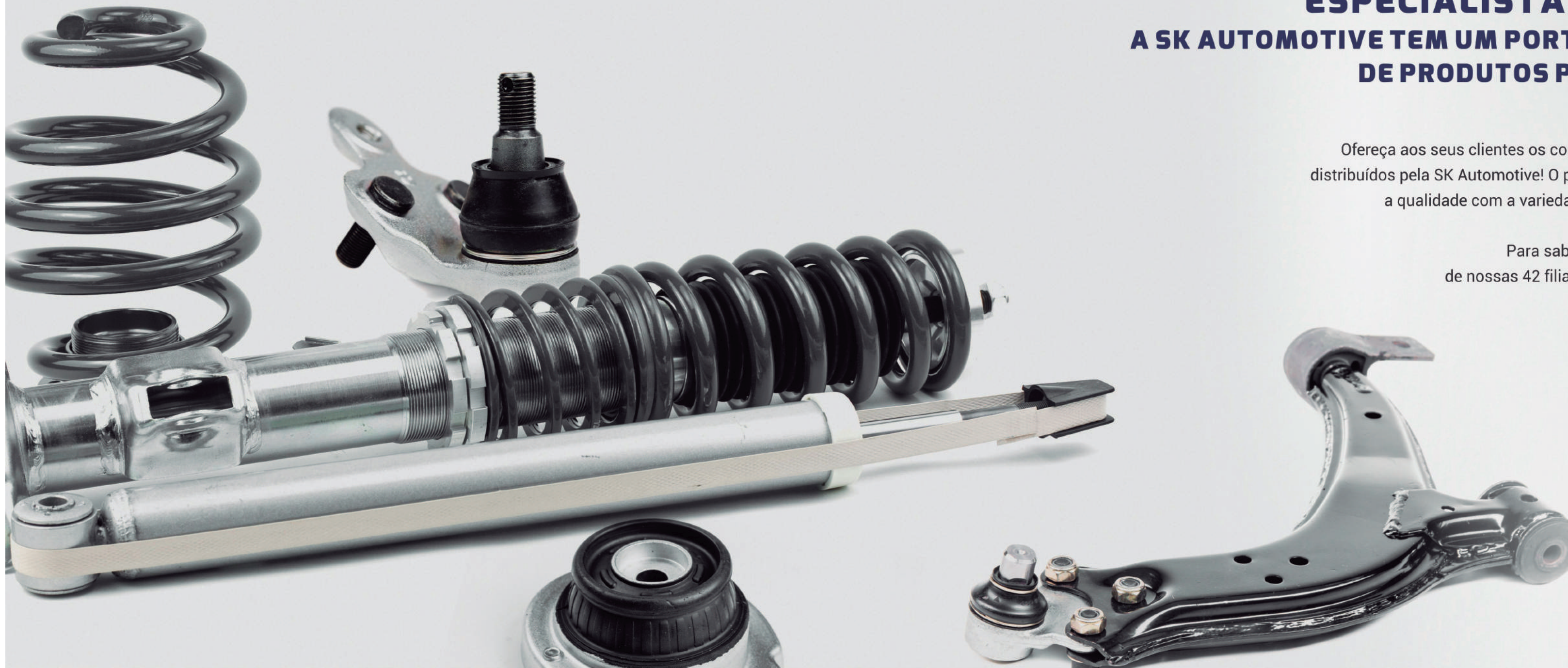
*É muito mais referência na distribuição de autopeças.  
Quer ver só? Confira na página 5.*

**Pellegrino**  
Conte com nossa gente.

## ESPECIALISTA NO ASSUNTO, A SK AUTOMOTIVE TEM UM PORTFÓLIO COMPLETO DE PRODUTOS PARA SUSPENSÃO!

Ofereça aos seus clientes os componentes da linha de Suspensão distribuídos pela SK Automotive! O portfólio da linha é extenso, unindo a qualidade com a variedade das melhores marcas do setor.

Para saber mais, entre em contato em uma de nossas 42 filiais, e consulte os itens disponíveis!



## PORTAS ABERTAS PARA A QUALIDADE NA GESTÃO

Excelência na gestão é obrigação para sucesso empresarial em 2019. Este é o título da entrevista do mês, que você lê a partir da página 10. E é, em essência, um mantra que deve ser repetido e seguido à risca pelos empresários do varejo neste novo ano que se inicia. Ano que promete, segundo os especialistas que participaram em 11 de dezembro da primeira edição do Debate Inova Perspectivas, realizado em meio à entrega do Prêmio Inova às indústrias de autopeças que mais se destacaram na opinião de 500 varejistas entrevistados em todo o país – a cobertura da cerimônia você encontra na página 18 e do debate a partir da 30. Todas as marcas homenageadas são exemplos concretos de excelência em gestão. Representam referências positivas para os responsáveis pela condução dos negócios no varejo. Com certeza, uma parte significativa desses fabricantes está presente nas prateleiras de sua loja. São fornecedores da matéria prima de seu trabalho. Aproveite essa parceria. Converse mais com as indústrias, estude as ações delas, aproveite a eventual proximidade com as marcas para aprimorar seu próprio negócio. E, caso não haja tanta proximidade, construa. Procure saber o que as indústrias fazem para aprimorar os varejistas e seus clientes. Você provavelmente vai descobrir

ferramentas disponíveis para seus negócios. Nós, do Novo Varejo, também temos como proposta oferecer elementos para contribuir com o crescimento de sua loja de autopeças. Assim tem sido desde fevereiro de 1994, quando esta publicação chegou pela primeira vez às mãos dos empresários do comércio de componentes automotivos em todo o Brasil. Estamos, portanto, às vésperas de completar 25 anos de circulação ininterrupta, um feito inédito em nosso segmento. Mais do que publicar um jornal, a Editora Novo Meio se caracterizou por atender com prestação de serviços as principais demandas do mercado de manutenção veicular. Um pouco desta história nós vamos recordar ao longo de 2019, em retrospectiva. A primeira matéria, relativa aos anos de 1994 e 1995, será publicada na edição de fevereiro. É muito bom recordar o passado e ter tantas histórias para contar, mas melhor ainda é continuar com o olhar voltado para o futuro. O que o brasileiro quer saber é como será o país sob a nova direção de Jair Bolsonaro. Para buscar respostas, reunimos formadores de opinião por ocasião do já citado Debate Inova Perspectivas. Sob os prismas da “economia”, “política” e “mercado de reposição”, extraímos de nossos debatedores convidados excelentes perspectivas para 2019. Se elas forem de fato concretizadas – e por enquanto não há razões para duvidar – teremos a partir de agora um país muito mais livre das amarras impostas pelo Estado ao empreendedorismo; uma economia liberal, privilegiando efetivamente a geração de riquezas e empregos; uma política mais limpa, menos atrelada à troca de favores e mais intolerante à corrupção; e um aftermarket

automotivo favorecido por estas evoluções e pelo esperado crescimento mais consistente e sustentável da frota de veículos pelos próximos anos. Desnecessário dizer que todo o denso e consistente conteúdo gerado por este debate representa um balizador para a gestão de todos os negócios em nosso mercado. É, portanto, altamente recomendável sua leitura. E tem mais: publicamos este mês um estudo feito pelos criadores do ProVa - Laboratório de Inovação do Varejo acerca dos principais desafios enfrentados pelo varejo brasileiro. Segundo o estudo, o maior deles diz respeito ao crescimento dos negócios. A reportagem oferece a você, leitor, a oportunidade de mais uma vez realizar um exercício de comparação entre as demandas do varejo em geral e seu próprio negócio. Aproveitamos para ratificar aqui o convite para que especialmente os varejistas de São Paulo conheçam o ProVa e também a OmniStory, a loja do futuro no Shopping Villa Lobos – ambos já foram tema de amplas reportagens que você encontra nas edições digitais no site do Novo Varejo (novovarejo.com.br).



www.novomeio.com.br

Publisher  
Ricardo Carvalho Cruz  
(rcruz@novomeio.com.br)  
Diretor Geral  
Claudio Milan  
(claudio@novomeio.com.br)  
Diretor Comercial e de  
Relações com o Mercado  
Paulo Roberto de Oliveira  
(paulo@novomeio.com.br)  
Diretor de Criação  
Gabriel Cruz  
(gabriel.cruz@novomeio.com.br)

### FALE COM A GENTE

NOSSO ENDEREÇO  
Rua São Tomé, 119  
8º andar  
Vila Olímpia  
04551-080 - São Paulo

NOSSOS TELEFONES  
Grande São Paulo  
11 3089 0155  
Outras regiões 0800 55 6247

### REDAÇÃO

Dúvidas, críticas e sugestões a respeito das informações editoriais publicadas no jornal. Envie releases com os lançamentos de sua empresa e notícias que merecem ser divulgadas ao mercado. jornalismo@novomeio.com.br

### NOTÍCIAS

Cadastre-se para receber notícias do setor no seu e-mail. Acesse: www.novovarejo.com.br

### PUBLICIDADE

Anuncie no Novo Varejo e tenha sua mensagem divulgada na única publicação do mercado dirigida a 30 mil lojas de autopeças de todo o Brasil. comercial@novomeio.com.br

### MARKETING

Vincule sua marca aos projetos e eventos mais criativos e importantes do mercado de autopeças e reposição. Informe-se sobre reprints das reportagens publicadas no jornal. marketing@novomeio.com.br fone 11 3089 0178

RECURSOS HUMANOS  
Venha trabalhar com a gente e encontre espaço para mostrar seu talento. financeiro@novomeio.com.br

Ano 25 - # 290 - Janeiro de 2019

Distribuição nacional

Tiragem 24.000 exemplares

Novo Varejo é uma publicação mensal da

Editora Novo Meio Ltda, de circulação

dirigida aos varejistas de autopeças. Tem

como objetivo divulgar notícias, opiniões

e informações que contribuam para o

desenvolvimento do setor.

www.novovarejo.com.br

www.facebook.com/novovarejo

REDAÇÃO (jornalismo@novomeio.com.br)

Editor-chefe: Claudio Milan

Repórter: Lucas Torres

ARTE

Izabela Roveri Cruz

PUBLICIDADE (comercial@novomeio.com.br)

Diretor: Paulo Roberto de Oliveira

MARKETING (marketing@novomeio.com.br)

Monique Domingues

CONTEÚDO DIGITAL

Julia Pessoa

PESQUISA (pesquisa@novomeio.com.br)

Millena Zago

IMPRESSÃO

Gráfica Plural

Os anúncios aqui publicados são de

responsabilidade exclusiva dos anunciantes.

Inclusive com relação a preço e qualidade. As

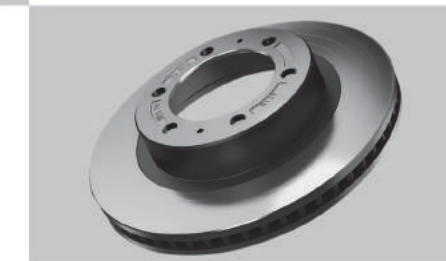
matérias assinadas são de responsabilidade dos autores.

Jornalista Responsável:

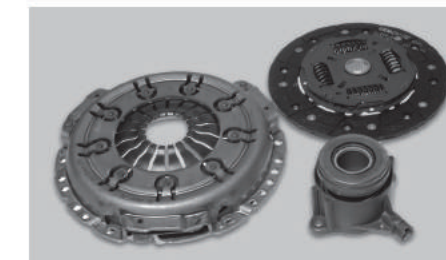
Claudio Milan (MTb 22.834)

Auditado pelo

Instituto Verificador de Comunicação IVC



# Pellegrino. É muito mais autopeças.



### NORDESTE

Fortaleza - CE (85) 4009-9800  
Natal - RN (84) 3647-9300  
Recife - PE (81) 2123-3400  
Salvador - BA (71) 2102-3200

### NORTE

Araguaína - TO (63) 3411-4450  
Belém - PA (91) 4005-0955  
Porto Velho - RO (69) 2181-6700

### CENTRO-OESTE

Campo Grande - MS (67) 3041-2600  
Cuiabá - MT (65) 3051-6000  
Goiânia - GO (62) 3091-8888

### SUDESTE

Belo Horizonte - MG (31) 2121-6111  
Campinas - SP (19) 4009-6900  
Marília - SP (14) 3402-4300  
Rio de Janeiro - RJ (21) 2131-5999  
São Paulo - Sul/ABC - SP (11) 3585-7200  
São Paulo - Oeste - SP (11) 2171-7900  
São J. do Rio Preto - SP (17) 3016-6800  
Uberlândia - MG (34) 2101-2308

### SUL

Blumenau - SC (47) 3036-5400  
Curitiba - PR (41) 2141-3900  
Londrina - PR (43) 3372-2900  
Porto Alegre - RS (51) 2121-4800



pellegrino.com.br

**Pellegrino**

Conte com nossa gente.

É muito bom recordar o passado e ter tantas histórias para contar, mas melhor ainda é continuar com o olhar voltado para o futuro.

SUMÁRIO



Sétima edição do Prêmio Inova revela as indústrias de autopeças mais bem avaliadas por 500 varejistas de todo o Brasil. Vencedores são premiados em cerimônia no Hotel Unique.

18

Gerente da Fundação Nacional da Qualidade, Marcos Bardagi mostra como a participação dos varejos no Prêmio Melhores em Gestão traz sólidos elementos para a evolução da empresa.

10



Formadores de opinião debatem as perspectivas do Brasil sob a gestão de Jair Bolsonaro e trazem perspectivas favoráveis para o setor produtivo no ano de 2019.

30

50 Pesquisa realizada com empresários participantes do ProVa – Laboratório de Inovação no Varejo apura os principais desafios enfrentados pelos empreendedores do segmento no país.

52 Cresce no balcão de autopeças a utilização do WhatsApp como ferramenta de vendas que garante fidelização do cliente e agilidade no atendimento.

HÁ 100 EDIÇÕES

OCUPANDO ESPAÇOS VIRTUAIS

**Inserir as atividades de comércio eletrônico nas ferramentas de busca online é fundamental para impulsionar as vendas.**

Há 100 edições o Novo Varejo mostrava os caminhos para o melhor posicionamento das lojas no Google

É automático. Para pesquisar qualquer informação ou produto na internet, vamos direto ao Google. “Dar um Google” é uma expressão – e uma atitude – que já faz parte do vocabulário diário de boa parte

dos brasileiros. Naturalmente, esse hábito também cresce entre os consumidores de autopeças. Não são poucos os proprietários de veículos que, muitas vezes até sob a recomendação dos me-

cânicos, saem da oficina com uma lista de compras nas mãos. E estes são consumidores que cada vez mais trocam as lojas físicas pelo comércio eletrônico. O fenômeno também começa a ganhar corpo entre os próprios reparadores. Este foi um dos temas tratados pela edição 190 do Novo Varejo. Na época, observávamos que, apesar do crescimento no acesso da sociedade ao universo virtual – acompanhado pelo crescimento do número de empresas que estabeleciam sites

na web – ainda eram poucos os varejistas que investiam no e-commerce. Basicamente falando, o comércio eletrônico profissional e organizado se limita à primeira página da pesquisa. Na sequência, os links são diversos e nem sempre relevantes. Fica claro que, para quem possui uma loja virtual, aparecer em destaque em sites de busca, como o Google, é muito importante, estratégico e pode ser decisivo na opção do consumidor pela sua loja e não a do concorrente.

INSTALE S.Y.L  
INSTALE QUALIDADE



INSTALE S.Y.L E SINTA A DIFERENÇA. MAIS QUALIDADE EM PASTILHAS, MAIS TRANQUILIDADE PARA VOCÊ.



(11) 3235-4900 | www.syl.com.br

VETOR  
AUTOMOTIVOS



Buzinas

Nossas buzinas são submetidas a um rigoroso teste de qualidade conforme exigências do INMETRO. São produzidas com material de alta qualidade, garantindo a durabilidade e desempenho do produto.



0800 724 5011  
vetorauto.com.br



FAÇA REVISÕES NO SEU VEÍCULO REGULARMENTE | IMAGENS MERAMENTE ILUSTRATIVAS

# EXPERIÊNCIA E TRADIÇÃO PARA

# ATENDER

## O SEU NEGÓCIO.



*Compromisso com a sua empresa.*



*Variedade e qualidade do nosso portfólio.*



*Rapidez na entrega em todo o Brasil.*



Conte com a expertise de quem é especialista. A SAMA e a LAGUNA oferecem o **maior portfólio de autopeças** para os segmentos de **leves e pesados**, além das **melhores soluções para motores diesel** do país. São **22 centros de distribuição**, com **equipe técnica treinada e especializada**, entregando **qualidade** com **agilidade e eficiência**, onde quer que você esteja.

*Você é a nossa peça-chave.*

Acessórios

Alimentação

Arrefecimento

Borracha

Câmbio

Direção

Diversos

Elétrica

Embreagem

Filtro

Freio

Motor

Rolamentos

Suspensão

Transmissão

Sama



Laguna



Conheça a filial mais perto de você.

**DASA** / Distribuidora Automotiva

**Sama**  
Autopeças

**Laguna**  
Autopeças

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

# EXCELÊNCIA NA GESTÃO É OBRIGATÓRIA PARA SUCESSO EMPRESARIAL EM 2019

Gerente de operações da Fundação Nacional da Qualidade discute cenário brasileiro e encoraja autoavaliação por parte dos empresários

Em um ambiente em que a conjuntura se modifica a cada nova especulação, a cada novo escândalo ou nova greve, é fundamental que o empresário cuide bem das questões que estão sob seu controle e independem de influências externas.

Nesse contexto, o esforço por uma gestão de excelência é indispensável para a sobrevivência do negócio em condições adversas. Essa questão pôde ser observada com clareza durante a profunda recessão vivida no país entre os anos de 2014 e 2017, quando disparou o número dos pedidos de falência e se maximizou a necessidade de desperdício zero nas empresas.

A fim de discutir o cenário da gestão empresarial no país, bem como oferecer elementos para uma autoavaliação por parte de nossos leitores, conversamos com o gerente de operações da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), Marcos Bardagi.

O executivo da fundação sem fins lucrativos criada em 1991 destaca que a evolução da gestão empresarial no país é atestada pelo crescimento

da competitividade de organizações brasileiras no cenário global.

Apesar disso, Bardagi aponta que lacunas como falta de visão sistêmica, despreparo para lidar com riscos e incertezas, falta de transparência, deficiência nos controles e resistência a mudanças ainda fazem parte do cotidiano do nosso ambiente corporativo.

**Novo Varejo - Ao longo de 27 anos de atuação, de que maneira a Fundação percebe a evolução na gestão das empresas brasileiras, sobretudo do varejo?**

**Marcos Bardagi** - Pela evolução de várias organizações ao patamar de players globais. Temos exemplos disto em diversos segmentos da indústria e do agronegócio, por exemplo. Ao longo destes 27 anos, igualmente constatamos esta evolução na crescente maturidade verificada nas organizações que participam do nosso reconhecimento nacional, o Melhores em Gestão, sucessor do PNQ, o Prêmio Nacional da Qualidade. Por outro lado, é notória nossa deficiência ainda em serviços públicos, com alguns fundamentos da gestão sendo muito negligenciados em todas as esferas governamentais. Isto tem de mudar.

**NV - O empresário brasileiro que quer ser competitivo internacionalmente convive com problemas conjunturais que vão desde a grande burocracia até a fragilidade e instabilidade de nossa moeda. É possível superar esses obstáculos e entrar na rota da competitividade**



Bardagi recomenda participação no prêmio como forma da empresa tomar ciência de sua maturidade

**por meio da excelência gerencial?**

**MB** - Toda organização busca a competitividade. Como constato que sou escolhido por meus clientes e públicos de relacionamento. Não posso ser competitivo só para quem compra algo de mim. Tenho de ser competitivo para atrair boas pessoas, para que fornecedores queiram firmar parcerias comigo, para que as cidades em que eu esteja presente valorizem minha contribuição econômica. É por isso que dizemos que toda a organização está em um ecossistema de negócios, em uma relação de interdependência. Tudo o que a organização consegue fazer “entre suas

quatro paredes” é o pilar da construção deste caminho de competitividade, mas a organização sozinha não consegue atingir a competitividade. Os entraves de seu ecossistema têm de ser superados, a logística, a infraestrutura como um todo, a qualidade dos insumos e dos serviços que ela adquire. Por isso, enfatizamos tanto a necessidade de uma atuação em rede, onde as soluções são um esforço coletivo, juntando-se aqui as esferas públicas e privadas.

**NV - Qual a relação da FNQ com o varejo brasileiro de maneira geral?**

**MB** - A FNQ surge de uma iniciativa de parte do empresariado, em

**Nosso modelo é adequado para todo tipo de organização, de todos os tamanhos e segmentos. Estamos ansiosos para colaborar cada vez mais com organizações varejistas**

LANÇAMENTO

PARA O CORAÇÃO DE SEU VEÍCULO,



## MANGUEIRAS DE ARREFECIMENTO DAYCO



Acabamento reforçado para suportar o torque das abraçadeiras e travas pelo melhor custo/benefício do mercado.



Conexões em silicone de alto desempenho, resistente à temperatura e Ozônio.



Malha especial de alta resistência eletroquímica, suportando maior pressão em qualquer situação de trabalho.

A Dayco oferece soluções para você aproveitar a potência máxima do seu veículo. As mangueiras de arrefecimento Dayco são produzidas nos padrões de segurança e qualidade original.

**A Dayco é a marca que você confia.**

WWW.DAYCO.COM.BR

**DAYCO**  
MOVE FORWARD. ALWAYS.™

1991, para buscar um melhor patamar de competitividade para as organizações brasileiras, mas foi um movimento com bases mais sólidas na indústria. Depois fomos agregando iniciativas em serviços, no agronegócio, no setor público e, mais recentemente, em micro e pequenas empresas, incluindo o varejo. Uma de nossas iniciativas, em parceria com o Sebrae, atinge cerca de 67.000 MPes por ano, entre as quais, historicamente, quase a metade oriunda do setor varejista. Reitero que nosso modelo, o MEG, é adequado para todo tipo de organização, de todos os tamanhos e de todos os segmentos. Estamos ansiosos para colaborar cada vez mais com organizações varejistas.

**NV - Vocês têm cases de trabalho conjunto com varejos de autopeças?**

**MB** - Cerca de 2.200 varejistas de autopeças estiveram na última edição do Prêmio MPE Varejo. Neste projeto, as empresas estabelecem um primeiro contato com o modelo, em seu nível elementar, e podem depois continuar a sua evolução desafiando-se cada vez, inclusive participando de outros projetos conosco em níveis mais robustos do Modelo de Gestão.

**NV - Fale um pouco sobre a metodologia MEG (Modelo de Excelência de Gestão).**

**MB** - O MEG é a versão brasileira dos famosos “business excellence models” que surgiram na Europa, Estados Unidos e Japão a partir das iniciativas de Gestão da Qualidade Total. Nossa equipe de especialistas o mantém constantemente atualizado, tanto que estamos na 21ª edição. Nenhum outro país atualizou tanto o modelo como o Brasil. Temos sido reconhecidos nas reuniões internacionais como detentores do “melhor MEG do mundo”. Hoje o modelo traz os conceitos e ferramentas de apoio para a gestão mais mo-

dermos e versáteis, para uma organização lograr sucesso em um mundo que está caracterizado por estas mudanças aceleradas, por disrupções que brotam de todos os lados. O MEG é integrador, convive com as iniciativas existentes em uma empresa e serve como guarda-chuva para todo o projeto de vida de uma organização. Inovação? Está lá. Processos? Claro. Como lidar com as partes interessadas, como aprender constantemente? Temos as respostas. Sustentabilidade, governança? Também olhamos. Como gerir mudanças, como ser adaptativo a um cenário em transformação contínua? O MEG sabe. Quanto à aplicação nas organizações, existem vários caminhos. O que mais recomendamos é que, antes de tudo, a organização conheça o modelo e se familiarize com ele. Isto pode ser obtido via uma de nossas palestras e cursos, assim como pode compor uma primeira etapa de um processo de diagnóstico. Feito isso, o próximo passo é preparar uma capacitação interna. A FNQ faz questão de “entregar o conhecimento”, formar multiplicadores internos que terão a capacidade de, mesmo depois de concluído um primeiro projeto conosco, seguir usando o modelo internamente no aperfeiçoamento contínuo, de forma independente.

**NV - Como funciona o processo de seleção do Prêmio Melhores em Gestão? E quais benefícios a simples participação em seu processo pode auxiliar a empresa na tarefa de identificar as áreas em que necessita evoluir?**

**MB** - Em princípio, toda organização é elegível para participação, bastando comprovar sua situação legal, e estar operando no Brasil há mais de três anos. Os benefícios são inquestionáveis, passando pelo contato inicial com o modelo, até o recebimento de um diagnóstico completo sobre o estado da gestão, com recomendações sobre como melhorar em todos

os oito fundamentos e seus desdobramentos, que chamamos de temas e processos. Olhamos, dentro da avaliação do Melhores em Gestão, 117 processos organizacionais.

**NV - Como o Prêmio foi criado e quais são seus objetivos?**

**MB** - O Prêmio foi criado justamente com este espírito de ser o elemento motivador para a busca da excelência, juntamente com a fundação da FNQ, em 1991. O Prêmio Nacional da Qualidade (PNQ), que teve uma trajetória de sucesso por 25 anos, foi reformulado em 2016 e passou a se chamar “Melhores em Gestão”. Seu objetivo é avaliar a maturidade da gestão das organizações brasileiras, reconhecer e destacar as empresas que atuam de forma sustentável e cooperativa e que têm um grande valor para a sociedade. Em outras palavras, mais do que um reconhecimento, o “Melhores em Gestão” destaca as empresas que têm a excelência como foco e prática de seus negócios.

**NV - Quais são os principais aprendizados que um prêmio de qualidade pode proporcionar à gestão de uma empresa?**

**MB** - A participação no Prêmio é uma das formas mais interessantes que uma organização pode aproveitar para tomar ciência de sua maturidade, absorver importantes recomendações de nossa banca avaliadora para trilhar um caminho de melhoria de performance. A mobilização para participar de uma premiação costuma ser um fator motivador a mais para o engajamento da força de trabalho, para a criação de um “momento” positivo.

**NV - O custo médio de uma consultoria completa e personalizada com a FNQ é acessível para pequenas empresas?**

**MB** - Somos uma entidade sem fins lucrativos, isso já nos dá uma boa

base de partida. Temos um portfólio extenso e totalmente flexível, capaz de prover soluções para diversas “dores” das organizações. Existem programas que, inclusive, são coletivos, com diversas etapas sendo realizadas em conjunto, justamente para propiciar maior inclusão. Ou seja, via de regra, o fator preço não é um problema ou empecilho para que a organização busque a ajuda da FNQ.

**NV - Quais são as maiores carências de gestão das empresas brasileiras?**

**MB** - Em nossos milhares de diagnósticos realizados ao longo dos anos, temos observados, independente de segmento, porte, origem de capital, as seguintes lacunas, que representam um verdadeiro decálogo de oportunidades a serem exploradas: falta de visão sistêmica; desconhecimento sobre as competências essenciais necessária ao negócio, como cultivá-las e obtê-las; despreparo para lidar com riscos e incertezas; desconhecimento dos cenários, megatendências e seus impactos no modelo de negócios atual; deficiência nos processos, com “ralos” que absorvem recursos valiosos da organização; falta de transparência e deficiência nos controles; incapacidade de se livrar do que “não deve ser feito”, para focar no que é estratégico e que agrega valor; falta de um propósito claro e definidor de engajamento; resistência a mudanças; baixa capacidade de criar uma cultura propícia à inovação constante e fluida. Todas estas deficiências são “tratadas” adequadamente através do modelo. Em resumo, o conhecimento mais avançado em termos de gestão está condensado no MEG 21 e nós estamos preparados para ajudar todas as organizações a se adaptarem e se transformarem em entes de maior valor para a sociedade, o que se converte necessariamente em reputação, perenidade e resultados para todos.

# VETOR AUTOMOTIVOS

## Palhetas

Lâmina de borracha que contém uma camada de grafite para uma melhor lubrificação para o deslize da palheta sobre o para-brisa.



0800 724 5011  
vetorauto.com.br

FAÇA REVISÕES NO SEU VEÍCULO REGULARMENTE | IMAGENS MERAMENTE ILUSTRATIVAS



# COBRA & VOCÊ

— UMA PARCERIA DE SUCESSO —



TEMOT  
INTERNATIONAL  
SHAREHOLDER

D.MKT | COBRA 2019©

## EM 2019

ESCREVEREMOS  
MAIS UM CAPÍTULO  
DESSA HISTÓRIA.

Bom atendimento desde 1987

SAC - Serviço de Atendimento ao Cliente - 0800 16 3333



FAÇA REVISÕES EM SEU  
VEÍCULO REGULARMENTE.  
[WWW.COBRAROLAMENTOS.COM.BR](http://WWW.COBRAROLAMENTOS.COM.BR)





## VICE-PRESIDENTE DA ENTIDADE, FRANCISCO DE LA TÔRRE É NOVIDADE DA SÉRIE “FALE COM O SINCOPEÇAS BRASIL” EM 2019

Dirigente refletiu sobre a importância do contato constante com os empresários do setor e projetou o efeito do governo Bolsonaro para o varejo de autopeças

jo, Francisco De La Tôrre.

Ao aceitar o convite, o dirigente afirmou que cabe ao Sincopeças estar sempre próximo ao varejo de autopeças para ouvir suas demandas e as necessidades do dia a dia, mas também é de responsabilidade do varejista o envio de suas demandas a fim de auxiliar o sindicato na sua atuação junto aos governantes.

“O político, principalmente, escuta quem sabe gritar e quem sabe conduzir de forma organizada as suas demandas. Então, em uma democracia, mesmo que o empresário não se identifique com a entidade representativa da classe econômica na qual ele atua, no caso o Sincopeças, ele tem que se manter atuando como cidadão – e atuar nesse sentido é levar as demandas da sociedade em que ele está inserido de forma organizada para as instâncias superiores. Individualmente ele não será ouvido jamais”, afirmou De La Tôrre.

Nesta primeira edição, o vice-presidente do Sincopeças Brasil respondeu ao questionamento do proprietário da paulistana Atlanta Autopeças, Alexandre Pereira, a respeito das expectativas para as diretrizes seguidas pelo novo governo federal. “Com Bolsonaro, o que podemos esperar de mudanças para o setor de reposição de autopeças?”, questionou Pereira.

Em sua resposta, De La Tôrre ressaltou o fato de que as mudanças para as autopeças virão da junção das medidas macroeconômicas gerais para

o país já sinalizadas pela nova equipe econômica, sobretudo a partir do reajuste fiscal e das reformas.

Confira abaixo a resposta do dirigente na íntegra.

**Alexandre Pereira - Atlanta Autopeças (SP)**

**Sobre as expectativas a respeito do novo governo, com Bolsonaro, o que podemos esperar de mudanças para o setor de reposição de autopeças?**

**Francisco De La Tôrre** - Podemos falar em demandas gerais que são exatamente ações de um governo que se apresenta comprometido com o reequilíbrio fiscal – e isso é fundamental não só para o setor de autopeças, mas para a economia como um todo retomar seu crescimento de forma sustentável; adoção de medidas microeconômicas que ajudarão muito a realização dos negócios; e temos, aliado a isso, também a aprovação do Rota 2030 que tem, em um dos seus pontos, a questão da segurança veicular que está diretamente ligada com a aprovação de uma Inspeção Técnica Veicular para toda a frota, o que significa geração de novos negócios.

A qualidade da equipe econômica credencia para que essas reformas sejam implementadas porque independem do Congresso e se fazem por decreto. Esse governo tem todas as condições de adotar as medidas econômicas necessárias, devido à alta qualidade da equipe econômica, e aqui vale destacar que a atual diretoria do Banco Central é a melhor diretoria que o banco já teve nos últimos tempos, com uma envergadura de diretores

e do presidente só vista na gestão do Armínio Fraga, sem desmerecer o antigo presidente, Ilan Goldfajn, também um grande presidente, mas com uma diretoria sem a mesma envergadura que a atual.

Creio que muitas decisões e medidas microeconômicas que serão tomadas ajudarão a destravar o dia-a-dia dos negócios, no que diz respeito também às concessões, ao processo de privatização e, aliado a isso, vale destacar que as empresas e as famílias perderam muito das suas alavancagens, e isso tudo por si só já é um componente bastante importante para termos um crescimento para este ano e para o ano que vem.

Mais do que a reforma da Previdência, o reequilíbrio fiscal do Brasil ajudará a sair do “voo de galinha”, mas o “voo de galinha” está garantido, quer dizer, crescimento vem, só não sabemos ainda, por conta do desequilíbrio fiscal, se teremos crescimento no curto prazo e depois um arrefecimento, ou se teremos crescimento sustentável e aí sim poderemos assistir o País retomar sua taxa de crescimento acima da média mundial e buscar sua vocação de País grande.

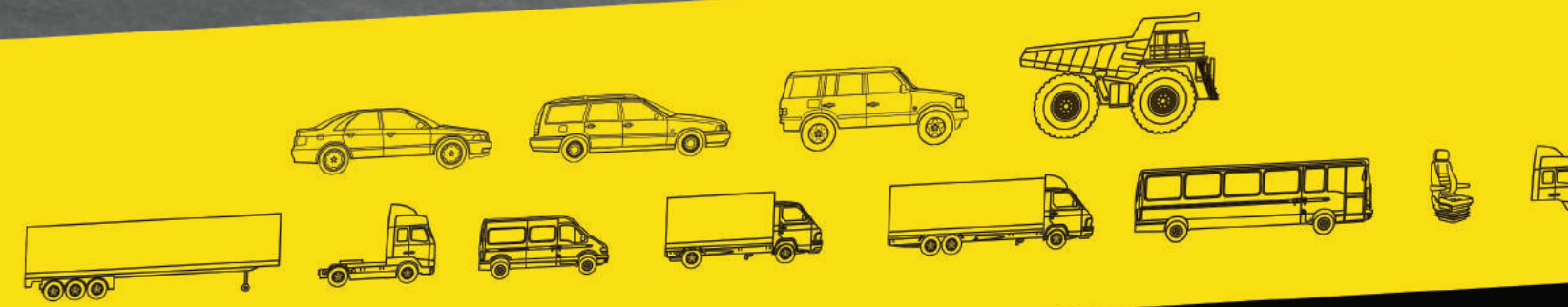
Para este ano e para o ano que vem estou otimista com relação às oportunidades de negócio e creio que, para o curto prazo, daremos passos firmes e importantes para o processo de consolidação do varejo. Vale a pena ficar atento também às novas tecnologias de gestão e de monitoramento de cliente que estão disponíveis porque isso sim é um diferencial que o varejista pode se aproveitar.

A todos que acreditam nos nossos produtos.  
**NOSSO MUITO OBRIGADO!**



**MONROE**  
**AXIOS**

**MONROE**  
**AMORTECEDORES**



**SAC 0800 166 004**

Atendimento WhatsApp  
**11 97666 2779**

monroe.com.br  
monroeaxios.com.br

Pela vida. Escolha o trânsito seguro.

# PRÊMIO INOVA CRESCE E DEBATE O BRASIL DE 2019

**Sofisticado Hotel Unique** recebe pela primeira vez a cerimônia que revelou os vencedores da sétima edição da pesquisa que apura as Indústrias do Novo Varejo



Premiação reuniu 150 lideranças do mercado

O Brasil está começando a escrever um novo capítulo em sua história e todos esperam que seja um período de conquistas e crescimento. Em sintonia com o otimismo que tomou conta de nossa sociedade nos últimos meses, a Editora Novo Meio inaugura a nova fase do Prêmio Inova, que chega à sétima edição apurando a opinião dos varejistas de autopeças de todo o Brasil sobre os produtos e serviços oferecidos pelas indústrias de componentes automotivos.

A partir de agora, a cerimônia que releva os vencedores do estudo Indústrias do Novo Varejo – em parceria com a Ipsos, uma das maiores empresas de pesquisas do mundo – passa a ser realizada sempre em um grande hotel e enriquecida por conteúdo consistente com o objetivo de contribuir com o

planejamento estratégico das empresas dos diferentes elos da cadeia que compõe o aftermarket automotivo nacional – é o Debate Inova Perspectivas.

Para inaugurar esta fase, o evento em homenagem aos vencedores do Prêmio Inova 2018 foi realizado no sofisticado Hotel Unique, em São Paulo, em 11 de dezembro, fechando com chave de ouro um ano que se mostrou favorável para o setor automotivo como um todo, mesmo sendo um ano de Copa do Mundo, eleições gerais, greve dos caminhoneiros e repleto de feriados e emendas.

Com a presença de cerca de 150 líderes e formadores de opinião do mercado de reposição, a cerimônia revelou os vencedores do Prêmio Inova e debateu as perspectivas para 2019 – veja cobertura

completa do debate nesta edição. A pesquisa Inova apura anualmente as indústrias de autopeças que mais se destacam nas lojas de componentes automotivos a partir de seu portfólio de produtos e dos serviços que oferecem ao segmento. Para a realização de mais este trabalho, foram entrevistados 500 varejistas de autopeças para veículos leves em todo o Brasil.

O estudo é dividido em duas partes. Na cerimônia de premiação, conduzida pelo jornalista e apresentador de TV Celso Zucatelli, foram inicialmente revelados os vencedores dos quesitos que compõem a primeira fase. Nesta etapa, os varejistas elegeram as melhores marcas por segmento de produtos, sendo os vencedores apurados a partir da soma total dos votos recebidos.

Os troféus e as placas relativos à fase de produtos foram entregues por Alcides Acerbi Neto, presidente do Sicap - Sindicato do Comércio Atacadista, Importador, Exportador e Distribuidor de Peças, Rolamentos, Acessórios e Componentes para Indústria e para Veículos no Estado de São Paulo, e Francisco De La Torre, presidente do Sincopças de São Paulo - Sindicato do Comércio Varejista de Peças e Acessórios para Veículos no Estado de São Paulo.

**Debate e desempenho empresarial** Na sequência, foi realizado um

debate em que se discutiu as perspectivas para o Brasil e, mais especificamente, o mercado automotivo para 2019. Participaram do encontro Jason Vieira, economista-chefe da Infinity, Alexis Fonteyne, deputado federal eleito em 2018 pelo Partido Novo, e Rodrigo Carneiro, presidente da Andap – Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças.

Após a construção de mais um conteúdo valioso para o mercado de reposição, a cerimônia teve sequência com o anúncio das empresas classificadas para a segunda fase do estudo, que avalia o desempenho empresarial das indústrias de autopeças na opinião dos 500 varejistas entrevistados em todo o Brasil.

Todas as empresas premiadas na avaliação por produtos e também as que tiveram mais de 10% dos votos em mais de um quesito foram classificadas para esta etapa: **Axios Monroe, Bosch, Continental Contitech, Fras-le, Hipper Freios, LUK, Magneti Marelli Cofap, Mahle Metal Leve, Nakata, NGK, Sabó, SKF, Tecfil e TRW.** Nesta fase, os varejistas foram convidados a avaliar os fabricantes de autopeças em nove atributos relacionados aos serviços prestados por estas empresas ao segmento, bem como avaliar a imagem que elas construíram no mercado: **treinamentos, ações promocionais,**

## Estamos em festa!

**Revista O Mecânico**  
1º - Marca de filtro mais conhecida e comprada

**Jornal Oficina Brasil**  
1º Marca de filtro mais lembrada e comprada pelos reparadores

**1º - Marca de filtro mais lembrada pelos balconistas**

**1º - Melhor marca de filtro do ano**

**2ª - Segunda melhor marca de filtro do ano**

### 2018 ficará em nossa memória.

Assim como nós estamos na sua. Obrigado!

tecfil.filtros @tecfil

Filtros **Tecfil**  
Originalmente líder.  
www.tecfil.com.br - 0800 11 6964

Pela vida. Escolha o trânsito seguro



**serviço 0800, material técnico, garantia, menor índice de defeitos, apresentação do produto, rede de distribuidores e a marca mais admirada do mercado.**

Dando sequência à cerimônia, os convidados conheceram as três mar-

cas que mais se destacaram em cada um dos quesitos de avaliação do desempenho empresarial, a segunda e terceira colocadas na classificação geral, e a vencedora da pesquisa, a empresa que obteve a melhor média na soma total dos

nove atributos pesquisados. A entrega dos troféus relativos aos quesitos que avaliam o desempenho empresarial foi feita por Elias Mufarej, coordenador do GMA – Grupo de Manutenção Automotiva e conselheiro do Sindipeças para o mercado de repo-

sição, e Rodrigo Carneiro, vice-presidente da Andap e do Sicap. A cerimônia em homenagem aos vencedores do Prêmio Inova 2018 – Indústrias do Novo Varejo foi encerrada com um almoço e as melhores expectativas para o ano que se inicia.

## PRIMEIRA FASE PREMIA MARCAS MAIS VOTADAS NOS SEGMENTOS DE PRODUTOS

O Prêmio Inova foi criado com o objetivo de apurar junto aos varejistas de autopeças para veículos leves as marcas e os fabricantes de autopeças que mais se destacam no mercado através de seus

produtos e serviços. O estudo é dividido em duas etapas.

Na primeira, 500 varejistas de todo o Brasil – sorteados eletronicamente no mailing do jornal Novo Varejo – são entrevistados e res-

pondem, em contato telefônico, a um questionário padrão com 15 quesitos para apontar, segundo seus próprios critérios de seleção, as melhores marcas em cada um desses quesitos relativos aos pro-

duto oferecidos à reposição independente. A classificação obedece à soma de votos de cada marca em cada um dos quesitos pesquisados. Conheça os resultados nas tabelas a seguir.

### PRÊMIO INOVA 2018

#### PRIMEIRA FASE – PRODUTOS (PERCENTUAL DA SOMA TOTAL DE VOTOS)

AMORTECEDOR	
COFAP	64,47%
MONROE	15,57%
NAKATA	14,37%

CABO DE IGNIÇÃO	
NGK	74,25%
BOSCH	14,17%
MAGNETI MARELLI	3,99%

FILTRO	
TECFIL	29,34%
FRAM	20,96%
MAHLE METAL LEVE	16,97%

ROLAMENTO	
SKF	67,07%
INA	11,98%
FAG	11,18%

ANEL E PISTÃO	
MAHLE / METAL LEVE	67,86%
COFAP	10,98%
KS	2,20%

CORREIA	
CONTITECH	50,50%
DAYCO	23,35%
GATES	20,76%

JUNTA E RETENTOR	
SABÓ	85,63%
TARANTO	3,39%
SPAAL	2,00%

SONDA E SENSOR	
NTK / NGK	52,50%
BOSCH	12,77%
MTE THOMSON	7,78%

BICO INJETOR	
MAGNETI MARELLI	44,51%
BOSCH	28,54%
DELPHI	2,00%

DISCO DE FREIO	
HIPPER FREIOS	35,33%
FREMAX	26,15%
TRW VARGA	25,95%

PASTILHA DE FREIO	
FRAS-LE	34,13%
COBREQ	24,75%
SYL	17,37%

VELA DE IGNIÇÃO	
NGK	85,23%
BOSCH	10,78%

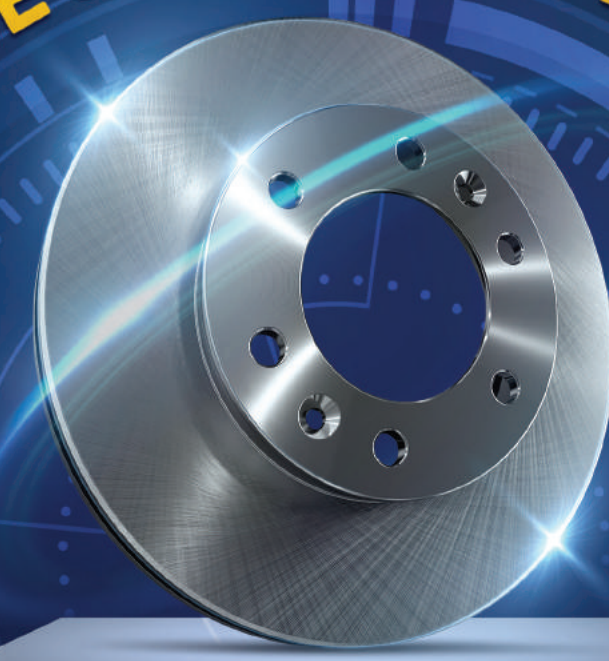
BORRACHAS DE SUSPENSÃO	
AXIOS / MONROE	69,26%
SAMPEL	8,38%
JAHU	4,99%

EMBREAGEM	
LUK	74,65%
SACHS	20,76%
VALEO	2,79%

PIVÔ E TERMINAL	
NAKATA	42,71%
TRW VARGA	26,35%
DRIVEWAY	8,78%



NA OPINIÃO DE QUEM NÃO PARA DE VENDER.



### HIPPER FREIOS, A MARCA GANHADORA DO PRÊMIO INOVA E PESQUISA MARCAS PREFERIDAS.

Na opinião de centenas de varejistas e reparadores consultados pelo Prêmio Inova e Pesquisa Marcas Preferidas em todo o Brasil, a Hipper Freios é a marca que fabrica o melhor disco de freios do mercado. Isso nos enche de orgulho e alegria, mostrando que buscar a melhor tecnologia e promover a inovação é o caminho certo para estar sempre na frente.



**Hipper Freios**

www.hipperfreios.com.br



## COM METODOLOGIA DESENVOLVIDA PELA IPSOS, SEGUNDA FASE AVALIA E PREMIA O DESEMPENHO EMPRESARIAL

O Prêmio Inova – Indústrias do Novo Varejo conta com a valiosa contribuição da Ipsos, o terceiro maior instituto de pesquisa do mundo, líder dos estudos para a indústria automotiva no Brasil. A Ipsos foi responsável pelo desenvolvimento da metodologia da segunda fase do estudo e pela tabulação destes resultados – que permitiram uma avaliação qualitativa dos serviços prestados pelos fabricantes e da imagem que eles construíram no mercado. São classificadas para esta segunda etapa do estudo todas as indústrias vencedoras dos quesitos da primeira

fase da pesquisa e aquelas que obtiveram índice de mais de 10% dos votos em mais de um quesito: Axios Monroe, Bosch, Continental Contitech, Fras-le, Hipper Freios, LUK, Magneti Marelli Cofap, Mahle Metal Leve, Nakata, NGK, Sabó, SKF, Tecfil e TRW. Novamente os 500 varejistas de autopeças para veículos leves foram ouvidos em todo o Brasil. Mais uma vez, foi aplicada a nova metodologia inaugurada em 2017. Até 2016, os varejistas eram convidados a atribuir os conceitos ÓTIMO, BOM, REGULAR e RUIM para cada quesito de avaliação das indústrias pesqui-

sadas. A partir da sexta edição do estudo – 2017 –, os varejistas passaram a atribuir as notas de 1 a 10 para cada indústria em cada um dos nove quesitos de avaliação pesquisados: ações promocionais, material técnico, treinamentos, serviço 0800, índice de defeitos, garantia, rede de distribuidores, apresentação do produto e a empresa mais admirada. A mudança teve por objetivo detalhar ainda mais as avaliações e valorizar todas as notas atribuídas pelos varejistas, que passam a efetivamente contar para o resultado final. A metodologia desenvolvida pela

Ipsos considerou vencedora em cada quesito a indústria que obteve a maior nota média na soma total das avaliações dos varejistas. A partir deste critério, também foi possível apurar a empresa de melhor desempenho na segunda fase do estudo, aquela que obteve a maior nota média considerando todos os quesitos avaliados. Nas tabelas a seguir, você conhece os vencedores da segunda fase da pesquisa, que avalia o desempenho empresarial. Todos os vencedores da primeira e da segunda fase receberam o Prêmio Inova.

### PRÊMIO INOVA 2018 SEGUNDA FASE – DESEMPENHO EMPRESARIAL (NOTAS MÉDIAS)

MATERIAL TÉCNICO	
NGK	8,23
SABÓ	7,59
MAGNETI MARELLI COFAP	7,57

MENOR ÍNDICE DE DEFEITOS	
NGK	9,08
SABÓ	8,95
MAHLE METAL LEVE	8,90

AÇÕES PROMOCIONAIS	
NGK	6,46
MAGNETI MARELLI COFAP	6,28
SABÓ	6,10

CLASSIFICAÇÃO GERAL - DESEMPENHO EMPRESARIAL	
NGK	8,28
SABÓ	7,96
LUK	7,91

TREINAMENTOS	
NGK	6,41
BOSCH	6,01
MAGNETI MARELLI COFAP	5,92

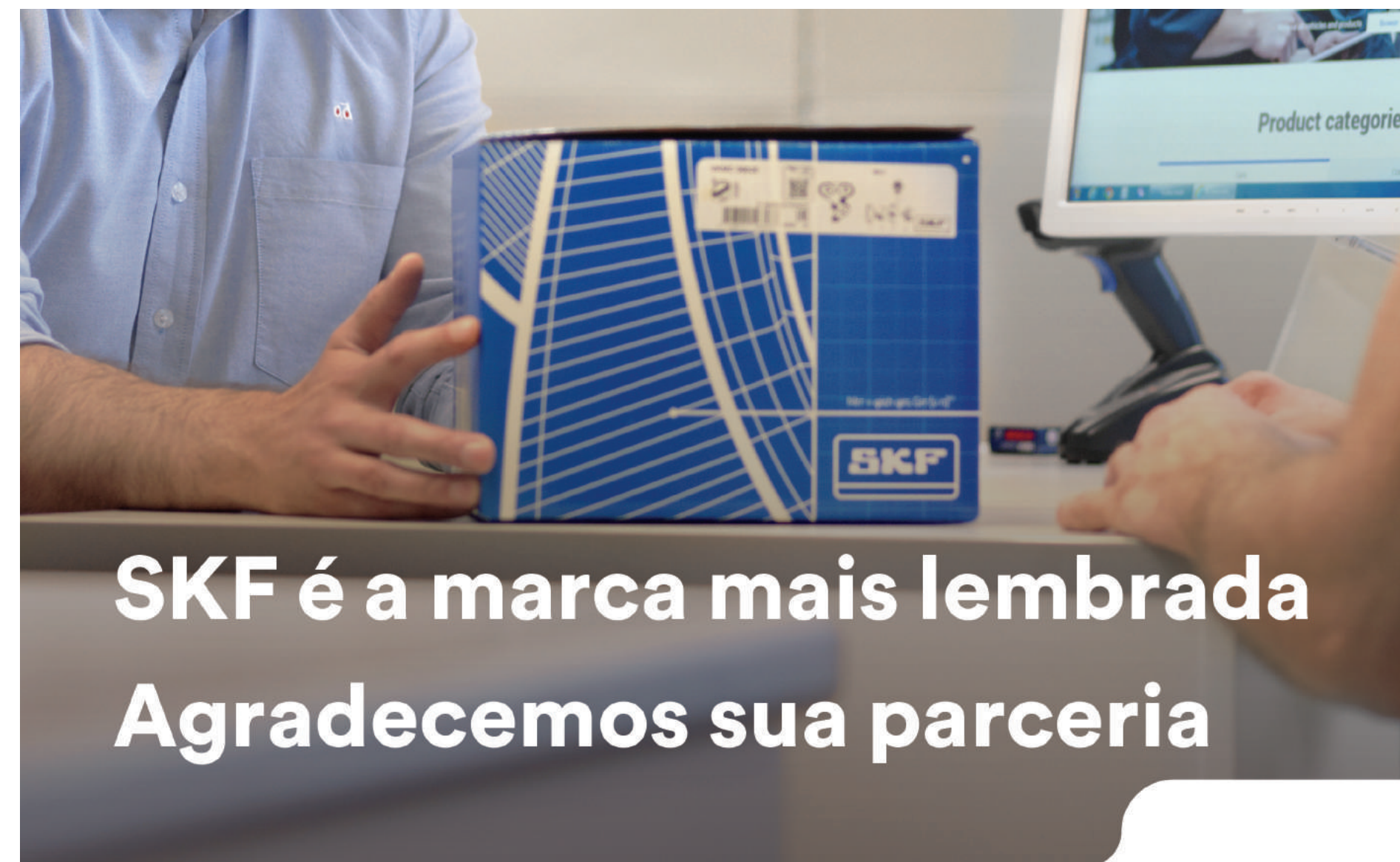
GARANTIA	
NGK	8,21
SABÓ	8,17
LUK	8,07

APRESENTAÇÃO DO PRODUTO	
NGK	9,22
LUK	9,13
MAHLE METAL LEVE	9,06

SERVIÇO 0800	
NGK	8,45
LUK	8,19
NAKATA	8,15

REDE DE DISTRIBUIDORES	
NGK	8,84
LUK	8,69
SKF	8,66

MAIS ADMIRADA	
NGK	9,32
LUK	9,04
SABÓ	8,98



# SKF é a marca mais lembrada Agradecemos sua parceria

### SKF - 1º lugar na categoria rolamentos

Pelo quinto ano consecutivo, a SKF é a marca mais lembrada no varejo de autopeças, segundo o Prêmio Inova.

Em 2018, graças à confiança, preferência e apoio de vocês, conquistamos 67% dos votos.



A solução mais completa no mercado de reposição automotiva



Fácil  
Rápido  
Seguro

Compre de nossos parceiros na loja virtual da SKF  
[www.CompreSKF.com.br](http://www.CompreSKF.com.br)





Especialista em ignição

A **NGK** agradece a todos os Profissionais pela confiança e preferência.

# LANÇAMENTOS BOBINAS NGK

Aproveite para atualizar seu estoque!



GM - U2105



GM - U2031



GM - U2018



TOYOTA - U5145



HONDA - U5160

Faça revisões em seu veículo regularmente.



1º Desempenho Empresarial\*

1º Vela de Ignição

1º Cabo de Ignição

1º Sonda e Sensor

A NGK do Brasil conquista mais uma vez o Prêmio Inova em: Velas de Ignição, Cabos de Ignição, Sondas e Sensores, além do 1º lugar na classificação geral em Desempenho Empresarial.

\*O Prêmio Desempenho Empresarial compreende os quesitos: treinamentos, ações promocionais, serviço 0800, material técnico, garantia, menor índice de defeitos, apresentação do produto, rede de distribuidores e a marca mais admirada do mercado.

VELA + CABO + BOBINA = 100% IGNIÇÃO NGK

Conheça a linha completa em nosso site: [www.ngkntk.com.br](http://www.ngkntk.com.br)



PRÊMIO INOVA 2018



PRÊMIO INOVA 2018



# ATENDIMENTO

A PEÇA MAIS IMPORTANTE NA ROLES

## JUNTOS FAZEMOS MELHOR

Acreditamos que nosso maior valor são as pessoas. Há 49 anos o nosso principal objetivo é entender as suas necessidades e levar o que temos de melhor até você, fortalecendo a parceria com nossa equipe.

**Estamos sempre em transformação para melhor atender você.**

Apresentamos o nosso novo logotipo. Um novo layout para a parceria que você já conhece.

ROLES.COM.BR

FACEBOOK.COM/ROLESCONECTAR

**ROLES**  
AUTOPEÇAS



# UM BRASIL NOVO E MELHOR EM 2019

Com crescimento econômico, juros estáveis, inflação baixa e livre das amarras impostas pelo Estado, setor produtivo pode esperar por um ano melhor



Debate foi mediado pelo jornalista Celso Zucattelli

O Brasil experimentou em 2018 acontecimentos importantes, com destaque para a Copa do Mundo, as eleições gerais de outubro e a greve dos caminhoneiros realizada no mês de maio, eventos que impactaram muito os resultados das empresas no ano passado. Do mais importante deles, as urnas, recebemos a mensagem inequívoca do desejo de renovação de práticas e pessoas no cenário político e econômico do país, transmitida por eleitores movidos por um impulso de mudança e expectativa de transformação no modelo de gestão governamental. Nasceu a esperança de um novo Brasil, mais liberal e menos intervencionista, mais ético e menos burocrático. Um Brasil em que a moral se torna valor inegociável e em que a corrupção, em qualquer nível da sociedade, não

pode mais ser tolerada.

Com o objetivo de confirmar essas expectativas e apurar as tendências para este novo Brasil, a cerimônia de homenagens aos vencedores do Prêmio Inova promoveu o Debate Perspectivas Inova 2019. Foram convidados especialistas formadores de opinião para oferecerem seus pontos de vista e esperanças para o país neste novo ano. Apesar dos desafios ainda a vencer – como a aprovação das tão necessárias e urgentes reformas, em especial a da Previdência – a expectativa, confirmada também pelas indústrias de autopeças que opinaram após o debate, é de que teremos de fato um Brasil melhor este ano. A mediação das discussões foi do jornalista Celso Zucattelli. A seguir, você acompanha os melhores momentos do encontro.

## O NASCIMENTO DE UM NOVO BRASIL

**JASON VIEIRA** – Pela primeira vez em muitos anos nós temos uma perspectiva em relação ao futuro que endereça mazelas antigas do Brasil e que todos os governos desde a redemocratização não haviam feito. Algumas ações importantes já tiveram início durante o governo de Michel Temer, como as propostas de reforma da Previdência, reforma tributária, e outras iniciativas que servem ao avanço do Brasil. Havia muito ceticismo em relação ao nome de Jair Bolsonaro para presidente, inclusive de minha parte. Mas a perspectiva para 2019 é de aprovação de reformas no sentido de desburocratização, esse é um dos pontos mais importantes, tentar se reduzir o impacto da matriz tributária brasileira. Muito importante também vai ser o processo de abertura econômica.

**ALEXIS FONTEYNE** - Eu ainda sou empresário, fui eleito, mas não tomei posse, eu não conheço Brasília ainda. Mas temos uma renovação interessante. Há o mito de que a renovação foi de 50%. Não é verdade. A renovação de fato está em 17%. São pessoas que, em muitos casos, vieram do setor produtivo e estão se propondo a ir a Brasília para fazer as reformas. São 17% barulhentos, pessoas que têm conexão com a realidade dos empresários brasileiros. Eu mesmo estava na minha empresa, mas não conseguia mais suportar ver na televisão políticos como uma presidente que queria estocar vento, que saudava a mandioca ou procurava a

mulher sapiens. Isso envergonhava tanto nós brasileiros que produzimos que eu tomei a decisão de ir para a política. Vários movimentos nasceram e cresceram nos últimos tempos visando à descoberta de talentos para política, inclusive um muito bom que é o Renova BR, do Eduardo Murafej, que está procurando pessoas na sociedade que precisam do apoio para serem candidatas, porque não é barato e não é fácil.

**RODRIGO CARNEIRO** - Eu como cidadão espero que a gente possa ter um país que corresponda àquilo que ele é de fato; uma vez o Maílson da Nóbrega falou num evento algo que achei interessante: há coisas que surgiram para dar errado e deram certo, e outras que tinham tudo para dar certo e deram errado. Quando você olha para o Japão, que não tem minério, não tem terras agricultáveis ou pastoráveis e não tem petróleo, tinha tudo para dar errado e deu tudo certo. Aí você pega a Argentina que tem tudo isso e tinha tudo para dar certo e deu tão errado. Eu falei dos Argentinos para não falar um pouco da gente também. Então eu tenho esperança de ainda ver um Brasil melhor para mim. Meus filhos certamente verão, até porque eles são responsáveis por fazer isso melhor, mas eu também queria ter uma chance. Eu espero que realmente a partir de novas lideranças, que pensem como o Novo vem pensando, possamos ter um Brasil mais decente, que a gente tenha orgulho de representar.

### OS DEBATEDORES

#### JASON VIEIRA

Economista-chefe da Infinty.

#### ALEXIS FONTEYNE

Deputado federal pelo Partido Novo e empresário do setor de pisos e revestimentos.

#### RODRIGO CARNEIRO

Presidente da Andap – Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças e CEO da BAP Automotive.

**VETOR**  
AUTOMOTIVOS



## Polias Viscosas

Conhecida como acoplamento viscoso, é responsável pelo resfriamento do líquido de arrefecimento do motor. Com o aumento da temperatura no motor, ela entra em ação garantindo o bom funcionamento do mesmo.

GRUPO VETOR  
VETOR TESLLA E-KLASS  
AUTOMOTIVOS



0800 724 5011  
[vetorauto.com.br](http://vetorauto.com.br)



CRESCIMENTO ECONÔMICO E MERCADO DE REPOSIÇÃO

**JASON VIEIRA** - Pelo prisma econômico as perspectivas para 2019 já são de quase o dobro do crescimento que será apresentado para 2018. É quase inercial essa perspectiva de crescimento. Então, estamos esperando um crescimento de, no mínimo, 2,5% para 2019. Ao mesmo tempo, isso demanda que o Congresso tenha posicionamento muito firme no sentido de aprovar as reformas. E rumo a um processo liberalizante – vou deixar um pouco a palavra liberal de lado para evitar confusões.

**RODRIGO CARNEIRO** - Dias atrás eu estava conversando com o presidente de uma indústria sobre uma tese que eu tenho que é a comoditização da autopeça e o que ela representa no nosso negócio. E ele chamou a atenção para o fato de o próprio veículo já estar comoditizado. O que você tem numa marca ou modelo de veículo que o correspondente da mesma horizontal não tem? Agora haverá certa descomoditização com a conectividade e o automatismo desses veículos e as novas tecnologias de popul-

são. O impacto disso ainda vai demorar um pouco, muito embora a gente já comece a ver em alguns países uma presença importante dos veículos elétricos. Mas o crescimento da frota brasileira nos últimos anos nos permite identificar matematicamente com clareza uma expansão orgânica, portanto temos ainda algum tempo. E eu preciso registrar mais uma vez minha preocupação com a evolução tecnológica dos processos de comercialização e o quanto eventualmente nós estamos despreparados. A Amazon está comercializando peças, entregando e colocando este item dentro do porta-malas do carro do cliente onde ele estiver. Estamos falando de um modelo de comercialização, de um canal de venda eletrônica, que tende a crescer, por mais que a gente não queira admitir. E de uma tecnologia em que o vendedor tem acesso ao porta-malas do carro do cliente.

**JASON VIEIRA** - Talvez alguns setores não se sintam felizes pela abertura econômica porque nós temos um problema grave de produtividade no Brasil, e aí a com-



Economista Jason Vieira prevê que crescimento esperado em 2019 é de no mínimo 2,5%

petição internacional se torna difícil. E acabou a época de se ter produtividade pelo câmbio. Isso não vai mais acontecer no Brasil. Olhando para 2019 temos um cenário desafiador em termos de juros, principalmente, porque nós estamos agora em um momento inédito. Todas as liberdades que o Temer deu para a equipe econômica nos colocaram numa situação em que temos uma taxa de juros no patamar mais baixo, estamos com a sétima taxa de juros real no ranking global. Ou seja, não vamos mais atrair capital internacional para o mercado financeiro, nós vamos atrair o capital internacional para o capital produtivo. Com a inflação e a taxa de juros baixas nós podemos ter para 2019 o desafio de simplesmente não mexer com os juros. Eu estou propondo para os senhores aqui o seguinte: em 2019 podemos passar o ano inteiro com uma taxa de juros de 6,5% ao ano. Isso significa que o banco vai começar a cobrar menos? Ainda não. Nós temos um problema de concentração bancária no Brasil, mas ao mesmo tempo tivemos ações pouco notadas por parte do Ministério da Fazenda e do Banco

Central no sentido da expansão do crédito, vocês veem maquininhas de cartão em tudo quanto é lugar, o pessoal do comércio varejista sabe bem a importância que isso teve na redução do custo de juros para o comércio. Então, uma das pontas da taxa de juros conseguimos cortar. A outra foi a TLP – Taxa de Juros de Longo Prazo. Outra coisa, o BNDES agora está um pouco de lado para que o setor privado cuide disso. O BNDES foi responsável por aniquilar o mercado de debêntures no Brasil nos últimos anos, ou seja, as empresas não emitiam mais dívida com um custo mais baixo. Agora é a vez das empresas mostrarem que são sólidas, emitirem dívidas, terem a confiança do mercado, o mercado comprar essas dívidas privadas, sustentar a expansão dessas empresas e o crescimento econômico. Então parte do desafio que temos este ano é juros estáveis, com crescimento econômico e uma inflação baixa. Mas nós temos o contexto de que podemos ter um 2019 com maior liberdade econômica, com abertura econômica, de modo que seja um ano excepcionalmente melhor no setor produtivo.



Rodrigo Carneiro destaca necessidade de preparação para as novas ferramentas tecnológicas de venda

**ALLEN**  
Amortecedores



LIDERANÇA CONQUISTADA, COM MUITA SEGURANÇA NAS CURVAS E CONFORTO NAS RETAS.

ATÉ 2 ANOS DE GARANTIA

+ DE 1.400 PRODUTOS

Líder em reposição, a Allen foi desenvolvida para atender às necessidades do mercado nacional, oferecendo amortecedores para linha leve, vans e pick-ups. São duas décadas de história e três anos seguidos como uma das marcas de amortecedores mais lembradas no IBOPE.



COMPRE PELO: 0800 702 2575

FAÇA REVISÕES EM SEU VEÍCULO REGULARMENTE.



@AUTOPECAISAPA



/ISAPAAUTOPECAS



QUALIDADE ISAPA

ARTICULAÇÃO POLÍTICA E REFORMAS

**ALEXIS FONTEYNE** - Nas questões de economia e de segurança o Bolsonaro calçou a sandália da humildade – não entende do assunto, não vai trabalhar com isso. Na questão política o problema é que o PSL era um partido muito pequeno antes da eleição. E quando entrou aquele monte de gente como candidato pelo PSL percebendo que era uma legenda que ia arrastar muita gente – como arrastou – eles não tinham internamente um processo seletivo, de trabalhar culturas. Eu mesmo para ser candidato do Partido Novo participei durante um ano de um processo seletivo e hoje os oito eleitos para deputado federal do Novo têm uma grande unidade. E agora a verdade mostra o que está acontecendo, são pessoas vaidosas. Eu não gosto muito disso, estamos indo para a política para fazer o Brasil crescer e não para ficar ao lado de pessoas que tenham excesso de vaidade. Isso não ocorre no Partido Novo. Acho que, no geral, a escolha dos ministros foi boa, mas vai ser preciso um capital político forte para colocar essa turma para funcionar. O Onyx Lorenzoni eu não conheço, mas o que a gente ouve é que falta um pouco a ele essa capacidade de colocar ordem na casa. Espero que consiga fazer isso rapidamente porque, caso contrário, a mídia começa a se aproveitar – brigas, armadilhas, e isso não é bom.

**RODRIGO CARNEIRO** - Talvez comecemos a ter um outro jeito de fazer política e administrar um negócio chamado Brasil. Dentro desse novo cenário desejado, em nosso mercado continuamos com baixíssima capacidade de nos fazer representar, de uma maneira única, clara, objetiva, estruturada, com um propósito honesto, justo, transparente. Nós temos questões estruturais no nosso negócio. Temos uma lei aprovada dos desmanches, uma coisa indecente, tínhamos até ontem o Detran de São Paulo divulgando no seu site lojas de autopeças autorizadas a vender peças usadas de origem duvidosa. Nós tivemos uma aprovação esdrúxula da noite para o dia no Congresso Nacional, via Senado, dessa lei dos desmanches. Nós não conseguimos evoluir na inspeção veicular – e são 60 mil pessoas morrendo todos os anos por acidentes de trânsito. Mesmo com todo o esforço de tantas pessoas que têm se dedicado, doado seu tempo pessoal e investido recursos próprios em Brasília, nós talvez não tenhamos conseguido nos fazer representar. Num novo cenário político, com pessoas mais preparadas para cuidar dos assuntos de Estado, amplia-se a capacidade de formar uma unidade de propósitos, objetivos claros – e que saibamos fazer isso com representatividade.



Deputado Alexis Fonteyne avalia que empresários hoje têm medo do Estado

**JASON VIEIRA** - Em relação ao Lorenzoni, eu também tenho minhas dúvidas quanto à capacidade dele como gestor político; mas eu tive a oportunidade de conhecer pessoalmente o general Santos Cruz (ministro-chefe da Secretaria de Governo) e vai ser difícil os deputados passarem por ele. É uma pessoa muito esclarecida e que entende as questões hierárquicas. Na verdade, mesmo havendo uma renovação percentual no parlamento você ainda tem a velha política agindo lá dentro de maneira a manter seu status quo. Se o PSL se colocar um pouco em seu devido lugar, o Congresso começa a trabalhar melhor as propostas. Eu tenho certeza que o Novo

vai aprovar a maioria das medidas necessárias colocadas em pauta. O PSDB também, assim como a maioria dos partidos do “centrão” e a maioria das bancadas. É necessário aprovar a reforma da Previdência, o Brasil é um dos países em que mais as pessoas se aposentam cedo. Mas, observando as condições de vida, o país evoluiu muito e as pessoas estão vivendo mais – se um profissional se aposenta com 50 anos ele vai contribuir com 25 anos e consumidor por outros 25, isso não existe em lugar nenhum do mundo. Essa pessoa vai ter que trabalhar mais tempo. Que sorte se eu puder trabalhar até os 65 ou 70 anos. Esse deve ser o objetivo do ser humano.

O ESTADO É ADVERSÁRIO DO EMPRESÁRIO BRASILEIRO?

**JASON VIEIRA** - Eu já fui CFO de algumas empresas quando trabalhei com recuperação judicial e é uma situação infeliz. As empresas estão no seu pior momento, em busca de um fio de esperança de recuperação, e a gente descobre que o Estado foi um dos maiores detratores desses negócios. Muitas vezes eu via nas empresas uma situação absurda de não se entender a matriz tributária brasileira. A questão da substituição tributária de ICMS nos estados beira o ridículo. O Estado acaba punindo pessoas não porque elas descumpriram regras de maneira ilegal, mas sim porque elas descumpriram regras porque o sistema é tão complexo que elas nem notaram que descumpriram as regras.

cal. E nós sempre muito tímidos. Falo aqui claramente, acho que a Fiesp está faltando em sua missão de defender o setor produtivo. Vejam criações como a substituição tributária, o diferencial de alíquota. Quem aqui não vende para outro estado e tem que ficar recolhendo guia no diferencial de alíquota para que o caminhão possa sair? Ninguém levanta a mão contra isso. Fica a Receita Federal impondo condições, nós estamos com um fluxo de caixa completamente furado, a gente paga imposto muito antes de ter recebido de qualquer fornecedor e se não receber vai pagar imposto do mesmo jeito. Então, inquieto, inconformado e indignado me propus a ir para a política para poder fazer o papel que nós precisamos, como um representante das categorias produtivas. O Partido Novo e os deputados que elegeram são extremamente favoráveis à causa da produção, porque eles sabem que é produzindo e gerando riquezas que nós vamos acabar com a pobreza do Brasil. Não é o governo que vai gerar mais empregos, somos nós. E nós estamos com medo do Estado, nós temos medo do fiscal, temos medo da Receita Federal, do Ministério Público. Precisamos nos unir.

**ALEXIS FONTEYNE** - O recado que eu dou para os empresários é: se envolvam com a política. Não existe vácuo na política, o preço que nós pagamos por não nos envolvermos na política é sermos governados por quem se interessa, e a gente viu quem se interessou nos últimos tempos. Os sindicatos muitas vezes nos impõem condições que quase matam nosso negócio, e eles tinham muito dinheiro porque havia o famoso imposto sindi-



EBC1065

Bomba a diesel com filtro acoplado para caminhões Volkswagen (15-180, 17-180) e Mercedes Benz (MB710).

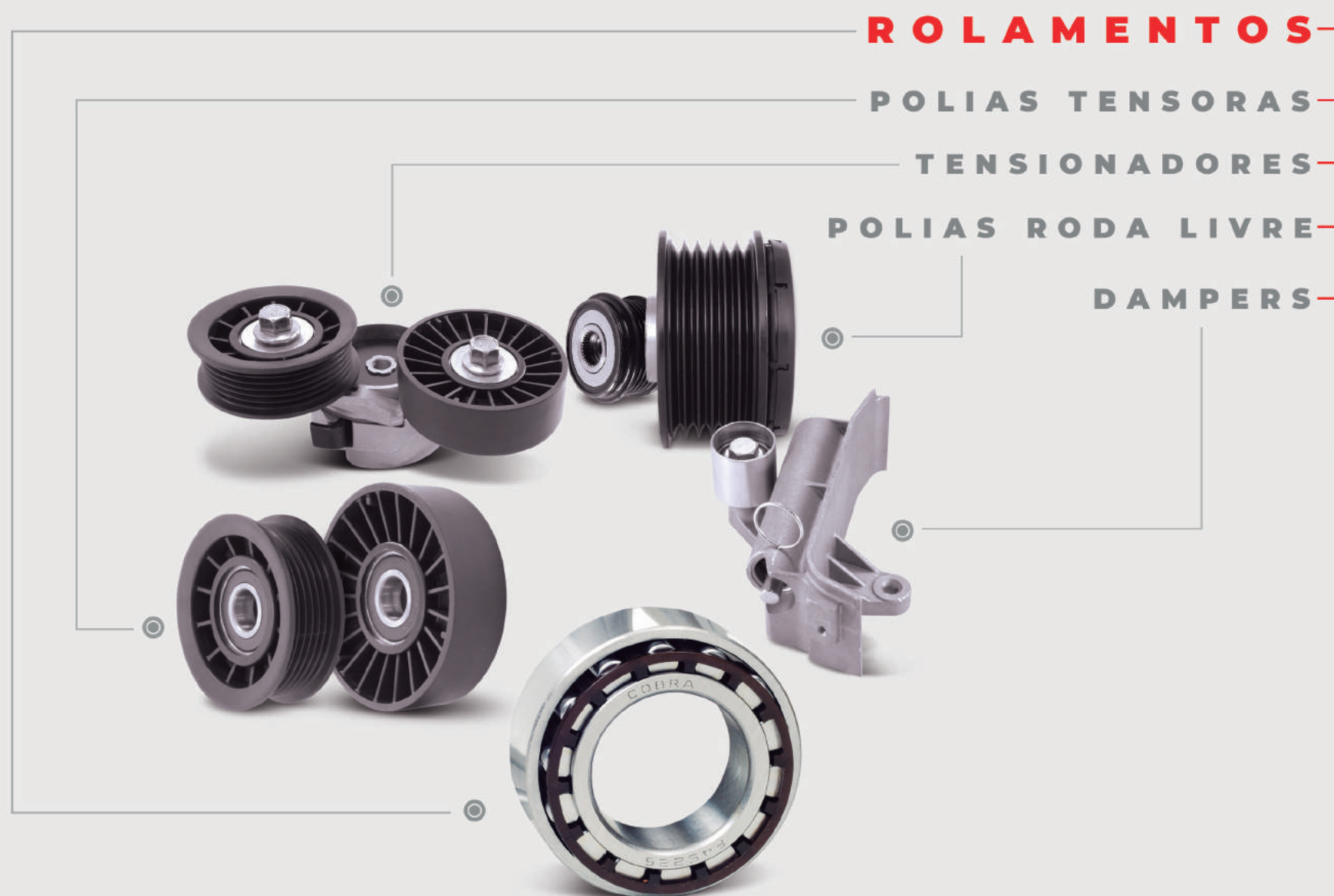


0800 724 5011  
vetorauto.com.br

FAÇA REVISÕES NO SEU VEÍCULO REGULARMENTE | IMAGENS MERAMENTE ILUSTRATIVAS



D.MKT | COBRA 2019©



SE TEM ROLAMENTO,  
**A COBRA**  
**ENTENDE**

A especialidade da Cobra se estende para todos os produtos que **contêm rolamentos** em sua composição.

| ESPECIALISTA EM ROLAMENTOS

Bom atendimento desde 1987

SAC - Serviço de Atendimento ao Cliente - 0800 16 3333

FAÇA REVISÕES EM SEU  
VEÍCULO REGULARMENTE.  
[WWW.COBRAROLAMENTOS.COM.BR](http://WWW.COBRAROLAMENTOS.COM.BR)



**O LIBERALISMO ECONÔMICO É UMA BOA PROPOSTA PARA O BRASIL?**

**JASON VIEIRA** - Tenho total crença num projeto liberal para o país. E quando eu falo em liberalismo é importante notar que o liberalismo econômico não é aquela visão que muitas vezes a esquerda tenta colocar, aquele liberalismo pesado, com zero estado e tudo livre, ditado pelo mercado. Isso é uma visão um pouco reducionista e também um pouco infantil do que seria o liberalismo econômico. E o mais importante: liberalismo econômico é algo que nós nunca experimentamos no Brasil. Eu digo que o Brasil nunca foi um país capitalista, sempre foi uma economia fechada com intervenção estatal. Finalmente nós talvez tenhamos chegado agora ao ponto de experimentar a liberdade econômica. A liberdade que evita com que efetivamente o estado seja um empecilho ao empreendedorismo, que o estado evite

ser o criador de problemas para se tornar o gerador de soluções para problemas que não verdade nunca existiram.

**ALEXIS FONTEYNE** - Talvez o livre mercado ponha medo em alguns. Mas o Paulo Guedes é muito bom. Não vamos simplesmente chamar o chinês. Nós estamos com uma bola de aço em cada pé e com as mãos amarradas. Nós precisamos tirar essas amarras, nos tornar competitivos. Peçam a nós deputados do Partido Novo tudo o que venha a gerar produtividade, que faça com que vocês ganhem escala, que vocês possam brigar com qualquer outra nação. Desburocratização, reforma do sistema tributário, reforma da Previdência, um Estado enxuto e eficiente. E que o Estado saia do setor produtivo e deixe a gente trabalhar em paz.

**AS CRISES NA ARGENTINA E FRANÇA COMO OBSTÁCULOS À IMPLANTAÇÃO DO LIBERALISMO ECONÔMICO NO BRASIL**

**JASON VIEIRA** - Os problemas na Argentina decorrem de uma grande inabilidade política do presidente Mauricio Macri. Ao invés dele insistir em algumas pautas importantes no Congresso, ele recuou de muita coisa. Ou seja, ali falhou a implantação do ideal liberal. Foi exatamente a falha na implantação do ideal liberal que levou a um problema na Argentina. Eu acho que a Argentina, na verdade, tem um problema mais grave: ela precisa, antes de aplicar o liberalismo, aplicar um Plano Real. Eles têm um problema de inflação e indexação muito semelhante ao nosso. Aliás, a indexação é uma das questões que eu já conversei com a equipe econômica e ela vai ser endereçada

da legalmente de modo a ser retirada do Brasil. Quanto à França, houve algo semelhante ao que aconteceu com o Macri. O Emmanuel Macron também cedeu e recuou em alguns pontos muito importantes. Então, o problema desses dois países não é o liberalismo, é exatamente não conseguirem implantar o liberalismo, daí vem a responsabilidade do nosso deputado aqui.

**ALEXIS FONTEYNE** - Eu tenho a mesma visão. A questão do liberalismo é a seguinte: quando ele é muito puro, esquece que nós já temos instalada uma turma de excluídos da sociedade – foram excluídos pelo sistema tributário, pelo sistema



Debate trouxe uma mensagem de otimismo

educacional, pelo próprio estado. Eu digo até que, agora que acabou a eleição, precisamos cuidar do nordeste. Porque na eleição vimos claramente a mancha vermelha, que é a pobreza. Em termos sociais, precisamos cuidar dessa população e resgatá-la, libertá-la – a palavra é libertação da pobreza, que continua. Porque com mais de 20 anos de socialistas no governo eles não resolveram o problema, na verdade o alimentaram – o economista liberal Rodrigo Constantino diz que a esquerda gosta tanto dos pobres que os multiplica. Para acabar com isso, temos que gerar empregos nesses rincões de pobreza, ver a competência da região e começar a implantar a solução. A questão do liberal é que ele tem a tendência de achar que tudo se resolve com a seleção natural. Não dá. Temos que saber cuidar da área social. Com isso a gente tira a pauta da esquerda. Não existe melhor programa social que o emprego, como disse Ronald Reagan.

**RODRIGO CARNEIRO** - Eu não concordo que a Argentina venha a ser o Brasil amanhã. A Argentina até evoluiu um pouco no aspecto liberal. O grande problema do pensamento liberal no Brasil, e eu brinquei um pouco com isso, penso que seja a educação, a formação. Eu acho que a gente pode ter um governo liberal, em que as relações do capi-

tal com o trabalho – se é que ainda se pode falar assim – podem formar uma equação com uma resultante melhor se houver um bom programa educacional no Brasil.

**ALEXIS FONTEYNE** - A educação foi tema na minha campanha, ensinar a pescar, a capacitação. Mas não adianta só ensinar a pescar, a gente precisa ter o ambiente da pescaria, caso contrário os talentos que a gente desenvolve no Brasil vão pescar em outros países. E perdemos tantos talentos porque não há ambiente. É isso que a gente quer ter. Sistema tributário justo, desburocratização, simplificação dos processos, licenças e outras coisas. Então, só para completar, a educação é fundamental, mas precisamos do ambiente para desenvolver todos esses talentos que a gente tem no Brasil.



Fonteyne convoca empresários para a política

**MICRO**  
PALHETAS AUTOMOTIVAS

**ALTA QUALIDADE PARA ENFRENTAR QUALQUER CLIMA.**

Com borracha 100% natural, as PALHETAS MICRO® são desenvolvidas com a mais alta tecnologia para garantir o melhor desempenho e visibilidade.

Possuímos a maior e mais completa linha do mercado, com diversos modelos de palhetas dianteiras e traseiras, para aplicação em veículos de quase 80 montadoras.

Faça revisões em seu veículo regularmente.

f i y /GrupoUniversalAutomotive  
www.universalautomotive.com.br

UNIVERSAL UNIVEL MICRO UNIFLEX UNICK AMORTEX

MENSAGEM FINAL

**ALEXIS FONTEYNE** - Minha mensagem final é muito simples: se envolvam com a política, procurem entrar em partidos, pesquisem os partidos, o Brasil é nosso. Basta tomar posse. E são as pessoas de bem que precisam tomar posse. A gente deixou esse país na mão de outras pessoas enquanto estávamos cuidando do nosso negócio. Mas tem uma coisa boa: as elites brasileiras não abandonaram o país, ao contrário do que aconteceu na Venezuela. Portanto, parabéns, vocês são os heróis do Brasil. Ocupem os espaços.

**RODRIGO CARNEIRO** - Eu vou insistir sempre em uma questão que a gente precisa considerar. Não há outro país no mundo com o número de pontos de venda e aplicativos de autopeças como tem o Brasil. Temos uma indústria automotiva que no final da década de 1970 já produzia itens para a indústria alemã de veículos. Nós temos capacidade de produção, inteligência e competência. O que precisamos fazer melhor é usar os recursos tecnológicos e de inteligência competitiva e nos fazer

representar. Eu continuo acreditando muito no nosso segmento de negócios. Agora precisamos nos fazer representar e agregar valor e não desagregar valor como a gente vem fazendo. Eu insisto: ainda estamos aqui mesmo com um modelo tributário que nos desfavorece sobremaneira, mesmo tendo como competidor no canal de venda a montadora do veículo – que aqui por vias que eu particularmente acredito que não são as mais claras, tem uma margem de valor agregado diferente da nossa, ou seja, a eles é dado o direito de competir em melhores condições sobre um tributo, o que é de um desequilíbrio fiscal absurdo. Somos grandes heróis, como disse o deputado, porque a gente ainda faz. Um mercado de reposição com capacidade de manter a frota de veículos melhor do que qualquer outro país. Portanto parabéns e continuem investindo em tecnologia de produção e de gestão.

**JASON VIEIRA** - Estamos diante de um mundo novo, em diversos sentidos, mas o sentido mais importan-

te no Brasil é a tendência e expectativa – ou, ao menos, a esperança – de que vamos passar por um processo de revisão de todo o sistema burocrático do país, que penaliza a sua indústria. Não tenham medo da competição, a competição é saudável, não vai fazer a vida de ninguém mais fácil, mas vai fazer do futuro mais fácil. Vai aumentar a competição, a abertura comercial é uma realidade, ela não depende de Congresso, vai ser uma das bandeiras

desse novo governo, mas ao mesmo tempo eles também querem tirar as amarras que o próprio governo cria, o que proporcionará a nossos empresários as condições de competitividade que existem no exterior. O Brasil tem excelência em diversos setores, entre eles a engenharia, mas precisa também ter suas amarras soltas. Então temos perspectivas importantes de agora em diante, não é um cenário exatamente fácil, mas talvez seja um cenário melhor.

RENOVABR TEM 16 LIDERANÇAS ELEITAS PARA O LEGISLATIVO

O RenovaBR é uma iniciativa que nasceu na sociedade civil, com o objetivo de preparar novas lideranças para entrar na política. Nas eleições de 2018, o instituto teve 16 líderes eleitos. Entre eles, dez postulantes ao Congresso Nacional e seis às Assembleias Legislativas Estaduais. Ao todo, integrantes do RenovaBR receberam mais de 4,5 milhões de votos.

“É uma imensa alegria ver que iniciativas da sociedade civil, como o RenovaBR, estão mostrando que é possível um cidadão comum, conectado a outros, fazer a diferença e mudar a política do Brasil. A renovação não é uma tarefa fácil e não vai acontecer do dia para a noite, mas esta eleição foi o primeiro passo na direção certa”, afirma Eduardo Mufarej, fundador do RenovaBR. Os valores do instituto são claros: honestidade, diálogo e dedicação, atributos seguramente indispensáveis para a construção de um novo Brasil.

INDÚSTRIAS DE AUTOPEÇAS MOSTRAM OTIMISMO E EXPECTATIVAS DE CRESCIMENTO

Executivos que participaram da cerimônia de entrega do Prêmio Inova concordam com as perspectivas apresentadas no debate promovida pelo Novo Varejo

“Basicamente, estamos muito otimistas, sentimos um ânimo no mercado, mais confiança, e é isso que acaba mexendo com a economia. Mas sabemos que ainda há muita coisa pela frente, como as reformas. O que fazemos é não conectar nosso plano financeiro ao governo, pois é incerto. Temos o plano A e o plano B, dependendo da economia, se a situação for mais fácil fazemos um número melhor, mas se for mais difícil também temos um rumo a seguir. Na média, eu concordo com o que foi dito no debate. O Brasil precisa de

reformas, empenho e seriedade e, se fizermos isso, estaremos no melhor caminho, no paraíso”.

**Luiz Teixeira, Diretor Comercial da TMD Friction**

“A perspectiva é muito positiva. O país vem de um ano de 2018 com muitos altos e baixos e instabilidade econômica, mas no balanço foi um ano bom. Nossa perspectiva é muito favorável para o futuro. No próprio debate vimos que isso é uma coisa contagiante no mercado. E com nossa empresa não é

diferente. A gente está se preparando para um ano de fortes volumes, de crescimento, lançamentos e uma economia animada, e acreditamos que isso será progressivo ao longo de 2019”.

**Felipe Anholon, Diretor Geral de IAM da Sogefi**

“Temos perspectivas muito positivas, a empresa fez parte de uma negociação em que nos tornamos um dos 10 maiores players do mercado mundial de autopeças. No mercado brasileiro a gente

espera continuar mantendo nosso recall de marca. A premiação claramente demonstra o quanto nossas marcas são reconhecidas pela qualidade e pelo investimento em tecnologia. Assim como tudo o que foi dito no debate, também acreditamos que a perspectiva é de crescimento este ano frente a 2018, quando tivemos greve dos caminhoneiros e eleições. Acreditamos que 2019 possa trazer um resultado ainda melhor que 2018”.

**Ricardo Variso, Coordenador de Vendas da Magneti Marelli Cofap**

AUTOMEC

14ª FEIRA INTERNACIONAL DE AUTOPEÇAS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS

LEVES - PESADOS - COMERCIAIS

23 A 27  
ABRIL | 2019  
SÃO PAULO EXPO

O FUTURO ESTÁ  
EM TODAS AS PARTES

Visite a Automec 2019 e conheça os principais lançamentos e tendências do setor de Reposição e Reparação Automotiva, no mais completo evento da indústria na América Latina.

FAÇA JÁ O SEU  
CREDENCIAMENTO



AUTOMEC  
A PEÇA-CHAVE  
PARA SEUS NEGÓCIOS

f /FEIRA AUTOMEC

Apoio:



Co-Apoio:



Organização e Promoção:



“Nós fizemos até um cartão de Natal em que dissemos que acreditamos que o ano de 2019 vai ser incrível. Para resumir, a gente acha que vai ser um ano muito bom, as condições externas são favoráveis, assim como as perspectivas da empresa, com produtos, lançamentos e a Automec, que é o grande evento do setor; então, as perspectivas são as melhores possíveis. Um bom momento para a reposição, a gente acredita que vai ser um ano melhor do que 2018 com certeza”.

**Alfredo Bastos Jr, Diretor de Marketing da MTE-Thomson**

“O mercado de reposição está sempre aquecido. Para nós, 2018 – tirando fatores como greve dos caminhoneiros e tudo o que aconteceu em termos de economia mesmo – foi um ano de crescimento em relação ao ano anterior. Para 2019, com todas essas novas perspectivas econômicas, não só o nosso setor, mas todos os demais estão olhando para o crescimento da economia do Brasil. Com o aquecimento também se ampliam as vendas de carros novos, o que é bom para a reposição porque reflete na troca e na manutenção do usado. Nós estamos planejando crescimento em todos os sentidos, investindo em marketing, tecnologia, máquinas, linhas de produtos. Nossa perspectiva é de crescimento e com confiança”.

**Sabrina Carbone, Gerente de Marketing da Nakata**

“Primeiro vamos falar de 2018. Apesar de todas as confusões que tivemos nos cenários político, econômico e social, para o aftermarket automotivo o ano foi bom. Para 2019 nós estamos planejando o crescimento de quase dois dígitos, o que em nosso segmento é bastante. Vamos continuar investindo em produtos, atendimento ao mercado, treinamento técnico e contato direto com os mecânicos e varejos, que fazem o nosso sucesso na América do Sul”.

**Rubens Campos, Vice-Presidente**

**Sênior de Pós-Venda Automotiva na América do Sul da Schaeffler**

“As perspectivas são muito boas até em função do novo governo. Sem todos os entraves que tivemos em 2018, o ano será melhor. Estamos muito esperançosos, a SKF está fazendo vários investimentos, não só em marketing, mas também em produtos, na fábrica. A gente acredita que 2019 vai ser um ano super”.

**Ivan Furuya, Commercial Manager VSM – Automotive Aftermarket da SKF**

“Os indicadores atestam um grande otimismo no mercado, cenário que nos motiva a buscar novas soluções e tecnologia de inovação para levarmos o melhor em discos de freios para o mercado. Ficamos felizes por termos sido reconhecidos como o melhor neste componente no Prêmio Inova e seguiremos com o esforço para continuarmos atendendo as expectativas dos distribuidores, dos varejistas e dos aplicadores”.

**Jeferson Pereira, Responsável pela Comunicação da Hipper Freios**

“Expectativa para o ano que vem é de muita confiança, já que entraremos em um clima político de maior estabilidade. A Bosch continua acreditando no país, trazendo investimentos fortes em tecnologia – como sempre – e eu gostaria de ressaltar um investimento muito grande que estamos fazendo na qualidade da Rede Bosch Service para o mercado de reposição, o que projetamos ser o nosso diferencial para o próximo ano”.

**Rafael Gradin, Gerente de Marketing da Bosch**

“Nós estamos bastante otimistas que conseguiremos aumentar ainda mais o crescimento já consolidado que tivemos em 2018. De forma geral, a gente espera se beneficiar de um aumento na venda de veículos, bem como do fato de a idade média da frota brasileira estar em nove anos, o que acaba

aquecendo a reposição”.

**Ana Paula Giachino, Gerente de Contas da Sabó**

“Nossa expectativa para 2019 é de um crescimento bem maior do que o que tivemos em 2018. Estamos muito otimistas com esse novo governo e as perspectivas são as melhores possíveis por entendermos que toda essa mudança no cenário político irá colaborar muito para nosso mercado de reposição”.

**Paulo Eduardo Lira, Gerente de Vendas Para Aftermarket da América do Sul da Continental Contitech**

“Temos uma boa perspectiva, apesar de considerarmos o cenário como não muito otimista de maneira geral. A expectativa é que o novo governo consiga fazer um trabalho bem reformista para melhorar esse quadro geral para termos um ano bom apesar das dificuldades”.

**Fábio Yukio, Gerente Comercial da SYL**

“Esperamos que 2019 seja melhor que 2018, ano que teve algumas características que atrapalharam um pouquinho, como a greve dos caminhoneiros no mês de maio, e a indefinição sobre o resultado da eleição, que acabou fazendo as pessoas postergar investimentos. Agora a gente espera que o novo governo consiga aprovar as reformas, cuja importância foi ressaltada pelos debatedores presentes no evento, e que isso traga desenvolvimento e crescimento para a economia como um todo”.

**Daniel Silveira, Gerente de Marketing da Valeo Service Brasil**

“Na verdade, em 2018 já tivemos um excelente resultado e o que projetamos para 2019 é a continuidade do crescimento de todos os nossos produtos – principalmente no mercado de reposição, onde temos uma boa atuação e o reconhecimento de nossos clientes, sobretudo dos varejistas, o que nos rendeu a premiação mais importante do Prêmio Inova. A

gente sempre acompanha a pesquisa, que é muito importante – inclusive já utilizamos seus dados para tomarmos decisões internas, e esse ano tivemos uma grata surpresa porque ficamos em primeiro em todas as categorias da segunda fase, além de vencermos nos três produtos em que temos atuação na reposição”.

**Marcos Mosso, Gerente de Marketing da NGK**

“As perspectivas para 2019 são muito boas, a empresa vem crescendo muito e a gente acredita que o mercado terá uma expansão natural este ano. Estamos investindo muito em produtos e tecnologia para aproveitarmos esse bom momento”.

**Alírio de Almeida, Gerente Comercial da Sampel**

“Temos uma perspectiva extraordinária para 2019. Estamos aumentando a área da empresa em mais de 5 mil m<sup>2</sup>, passando para 20 mil m<sup>2</sup> e nos tornando a maior indústria de metal-borracha a partir deste ano. Estamos muito felizes com a prosperidade da empresa e com o time extraordinário de colaboradores que temos no Brasil, o que está reverberando junto aos nossos clientes, com mais informação, mais diversidade de produtos e capilaridade no mercado”.

**Simone Azevedo - Diretora Comercial da Mobensani**

“A perspectiva não só da nossa empresa, mas para todo o país, é muito positiva. A gente está trabalhando com muito otimismo num cenário em que o mecânico deve ter mais facilidade para adquirir as peças e o mercado revendedor também, com mais propostas junto a alguns fabricantes. Para nós, a expectativa de crescimento é grande, ainda não conseguimos quantificá-la, mas, sem dúvida nenhuma, a perspectiva é de alta para 2019”.

**Fabio Murta, Gerente de Marketing da Gates na América do Sul**

## MARKETING SOCIAL CRIA EMPATIA JUNTO AO CONSUMIDOR E PODE FIDELIZAR PARA ALÉM DO TRIPÉ PRODUTO, PREÇO E SERVIÇO

**Consultoria na área de responsabilidade social, Ink Inspira afirma que ferramenta pode ser poderosa aliada na consolidação de pequenas e médias empresas no mercado**

Na primeira edição de 2019, a série especial sobre sustentabilidade e responsabilidade social nas empresas entrevista Carla Damião e Thyago Silva, respectivamente a presidente e sócia e o analista de Marketing da Ink Inspira, especializada na concepção, implementação e no gerenciamento de projetos sociais de empresas e organizações sociais. Os especialistas falam sobre os diversos benefícios comerciais que podem ser gerados por meio de ações do gênero.

### O que é marketing social?

Por mais que a palavra marketing nos remete à área comercial, existe um universo onde o marketing também é usado como ferramenta de posicionamento e influência na busca por mudanças sociais. Nesse sentido o marketing visa criar estratégias para influenciar mudanças positivas de ideias, atitudes ou comportamentos. Isso significa que a empresa passa a fazer uso de diversas técnicas de marketing para vender a causa que ela acredita no lugar de um produto ou serviço. Ao fazer essa “troca” estimulamos o compartilhamento de ideias, a reflexão coletiva e tiramos o foco da venda. O retorno



Carla Damião é presidente e sócia da Ink Inspira

vem através da empatia do público e de todos aqueles que compartilham as mesmas ideias da marca, fortalecendo a imagem e criando um vínculo importante.

### Como ele pode fortalecer a imagem de uma empresa de médio ou pequeno porte junto ao público-alvo?

As empresas menores são as que mais precisam ser marcantes. Grandes marcas são fáceis de lembrar e possuem seus produtos em tantos lugares que às vezes nós compramos sem conseguir refletir antes da decisão, de forma quase automática. As pequenas marcas precisam de um diferencial muito mais evidente para que sejam lembradas e possam concorrer com as gigantes. A identificação com a causa, nesse momento, pode ser o grande diferencial. Conhecemos diversas pessoas que só compram o detergente Ypê por saberem, via campanhas publicitárias, que eles investem em reflorestamento. Isso é um sinal de alerta extremamente positivo para nós e para todas as empresas. É muito mais fácil uma empresa de bairro ganhar a empatia do público, nesse sentido, do que uma grande corporação conseguir mudar a sua imagem.

### Quais os melhores canais para promover as ações de marketing social?

Para garantir uma resposta assertiva a essa pergunta convidamos as empresas a definirem muito bem seu público-alvo e a sua causa antes de arriscarem-se nessa jornada. Mais importante que o canal, em si, é a qualida-

de do conteúdo gerado e se ele conversa com o público-alvo, principalmente quando falamos de marketing social. Uma ação mal planejada pode gerar, ao invés do resultado positivo, um verdadeiro desastre de imagem e reputação. recomendamos que empresas e organizações sociais que estejam buscando investimento nessa área também invistam em profissionais que tenham vivência na área social ou mesmo representantes das causas que a empresa defende. Hoje usamos bastante a expressão “lugar de fala”. Ela significa que por mais que uma pessoa tente ser empática a um determinado problema, somente quem vive o problema na pele é realmente capaz de falar sobre ele com propriedade. Ou seja, se a empresa apoia a diversidade ela deve buscar a contratação desse público para áreas estratégicas, e dar a ele esse lugar de fala. Além de ser uma prática que ratifica o posicionamento ela garante que suas peças e ações publicitárias possam ser revistas por aqueles que realmente compreendem seu significado e conhecem as melhores formas e canais para disseminá-lo. Isso é importante, pois o risco de errar tentando acertar é alto. E não adianta a empresa se posicionar de uma forma e não atuar de modo cor-



Thiago Silva é analista de marketing da empresa

responde. O brasileiro está cada vez mais intolerante à hipocrisia. **Quais cases de empresas que obtiveram ganhos comerciais após iniciarem seus trabalhos nessa área vocês destacariam?** São vários. Alguns especialistas em automóveis zombaram da previsão da Toyota de vender 300 mil carros no prazo de cinco anos a partir do lançamento do Prius, com motor híbrido, mas em 2004 o Prius tinha lista de espera de seis meses. A Natura é outra empresa com forte reconhecimento de atuação social, além do consumidor ter uma visão positiva da marca conhecemos diversas pessoas que querem trabalhar na empresa porque compartilham dos mesmos valores. Por outro lado, ficou famoso o caso de uma foto de festa de final de ano do Salesforce em que um empregado que trazia grandes resultados financeiros usou uma fantasia considerada racista e foi demitido – tanto ele quanto todos aqueles que tentaram defendê-lo, incluindo o presidente da empresa.

"ATUALIZAÇÃO, CONHECIMENTO  
E UM BOM ATENDIMENTO.  
QUEM TEM ISSO, TEM TUDO.

**EDUARDO VARANDAS**  
BALCONISTA DE SANTOS



UM PROJETO:



**b.** BALCONISTA S/A



## CENTROCAR PROMOVE TERCEIRA SEMANA DO MECÂNICO



Profissionais parceiros participantes receberam seus certificados no Dia do Mecânico

A terceira Semana do Mecânico, evento promovido pelo Clube Mecânico Parceiro, uma ação de fidelização da pernambucana Centrocarr e Megapeças, ocorreu durante o período de 19 a 23 de novembro de 2018. Nesta edição, capacitou um total de 99 mecânicos e contou com o apoio de cinco fábricas parceiras – a Bosch, que trouxe o tema: elétrica com novas tecnologias destacando o alternador com gerenciamento (pilotado), sensores eletrônicos na bateria; a TRW que apresentou o tema: freios cuidados na manutenção preventiva dos freios ABS; injeção

eletrônica, com a Magneti Marelli; sistema de iluminação, componentes e aceleradores eletrônicos com a Hella; e sistema de vedação, juntas, parafusos e retentores com a Spall. O encontro também promoveu a arrecadação de alimentos, destinados à casa de apoio ao idoso Vovó BÍbia. Em 20 de dezembro, houve a celebração do Dia do Mecânico, marcada pela entrega dos certificados e uma palestra com o consultor especializado no setor automotivo Alexandre Costa, da Alpha consultoria, com o tema “Oportunidades de negócio em autopeças”.

## FATURAMENTO DE AUTOPEÇAS CRESCEU 18,9% ATÉ NOVEMBRO

O faturamento líquido nominal do setor de autopeças no acumulado de janeiro a novembro de 2018 foi 18,9% superior ao registrado em igual período de 2017, segundo levantamento mensal feito com sessenta empresas associadas ao Sindipeças que representam 36,2% das ven-

das totais do setor no Brasil. Houve aumento nas vendas para montadoras (19,3%), intrassetoriais (14,6%) e reposição (7,6%). As exportações cresceram 12,3% em dólares e 27,9% quando consideradas em reais. A utilização da capacidade instalada em novembro foi de 67%.

## MERITOR INICIA TEMPORADA 2019 DE TREINAMENTOS GRATUITOS SOBRE EIXOS

A Meritor iniciou em 26 de janeiro sua temporada de treinamentos sobre eixos diferenciais desenvolvidos pela divisão de aftermarket. A novidade para este ano será a inclusão dos eixos MS 113 e MS 124 na grade de treinamentos. As aulas gratuitas, que serão realizadas na fábrica de Osasco (SP), visam atender a aplicadores, mecânicos, frotistas e vendedores. O público terá acesso a um programa que capacita a realizar corretamente a manutenção dos diferenciais bem como identificar qual a causa raiz dos principais problemas que podem ocasionar falhas de um eixo, por meio de curso teórico e prático, ministrado por técnicos especializados na área. Com carga horária de oito horas, sendo possível ser ministrado em um dia, o treinamento aborda assuntos que vão desde a apresentação de linhas de produtos Meritor, passando pelo esclarecimento sobre funciona-

to, análise de falhas, até a montagem e desmontagem de eixo diferencial. As aulas, ministradas aos sábados em período integral possibilitarão que os cursandos visitem a fábrica, como forma de conhecer todos os processos. Ao término, os alunos receberão um certificado de capacitação profissional em eixos diferenciais. Com mais de 13 anos de existência, os treinamentos realizados na fábrica da Meritor já capacitaram mais de 2.000 profissionais. Segundo Luis Marques, esta iniciativa tem contribuído de forma significativa para ampliar o conhecimento dos clientes. As inscrições para este ano deverão ser feitas no link Aftermarket do site [www.meritor.com/brasil](http://www.meritor.com/brasil). Após preenchimento da ficha de inscrição, o candidato deve encaminhar e-mail para [frotaparceira.sao-paulo@meritor.com](mailto:frotaparceira.sao-paulo@meritor.com). Dúvidas pelo 0800-55-5530 ou WhatsApp: 11 9 4455-5327.

### TREINAMENTO EM MANUTENÇÃO DE EIXOS DIFERENCIAIS

DIA	MÊS
26	Janeiro
09 e 23	Fevereiro
09 e 23	Março
13 e 27	Abril
11 e 25	Maio
08 e 29	Junho
13 e 27	Julho
10 e 24	Agosto
14 e 28	Setembro
05 e 26	Outubro
09 e 23	Novembro
14	Dezembro

Luiz Marins Foto: Divulgação



**Luiz Marins**  
é antropólogo e consultor.  
Saiba mais em [www.marins.com.br](http://www.marins.com.br)

## OS QUE NÃO FAZEM E NÃO DEIXAM FAZER

Há pessoas que não fazem e não deixam os que querem fazer, fazer. Tudo elas criticam, acham erros, em tudo colocam obstáculos. Não conte com elas. Elas não fazem nada e, o que é pior, fazem tudo para que as coisas não aconteçam. Conheço administradores, públicos e da iniciativa privada, que têm como característica principal não fazer e não deixar fazer. Além de não fazerem, não deixam fazer. Colocam dificuldades, empecilhos, motivos esdrúxulos, enfim toda forma de desculpa para não fazer e impedir os que querem fazer de agir. São administradores paralisados e paralisantes. Tudo

impedem, tudo acham melhor esperar, tudo postergam, para tudo pedem “muito cuidado”. Não sei se pelo medo de enfrentar as consequências que qualquer ação com certeza traz ou por pura preguiça, esses gestores são enormes focos de desalento entre os colaboradores e acabam gerando um clima geral de desmotivação na organização, seja ela pública ou privada. Sua inércia se espalha como um vírus e o “não fazer” fica sendo a regra geral. A maioria desses administradores que estudei tem em comum querer fugir de qualquer responsabilidade ou comprometimento. Eles pas-

sam semanas e meses analisando exaustivamente uma situação e nunca decidem, a não ser por não fazer, não permitir, não comprar, enfim, deixar como está. Como eles não se envolvem com a ação e têm consciência disso, impedem que outros ajam com medo de que as ações deem certo e quem as fez apareça, seja elogiado, prestigiado e considerado melhor que eles. Esses administradores não correm riscos porque são medrosos e até covardes e querem apenas manter seus cargos, funções e privilégios intactos. Não fazendo e não deixando fazer, tudo fica como está e a culpa será sempre de alguém exter-

no - a crise, a lei, o mercado, os concorrentes, o Ministério Público, etc. Só não erra, quem não faz. E essas pessoas, com medo da crítica, com o seu eterno ficar em cima do muro, preferem o conforto de uma gestão medíocre a um protagonismo dos verdadeiros líderes que os empurra para a ação, para o testar, para o permitir, para o acreditar, para o sim em vez do não, enfim para o fazer consciente e consequente que sabe que toda unanimidade é burra e que sempre haverá riscos para aquele que faz e permite o fazer.

**Pense nisso. Sucesso!**



52 ANOS DE HISTÓRIA

Vibrasil, pensou original, pensou Vibrasil!

Fundada em 1966, a Vibrasil é uma indústria com capital 100% nacional. Situada no bairro Vila Santa Catarina, Zona Sul de São Paulo, a Vibrasil hoje é conhecida e respeitada no mercado pela qualidade de seus produtos, que são considerados originais, e a fidelidade de seus clientes que vão de Montadora e Sistemistas ao mercado de aftermarket e exportação. Com sua vasta linha de peças automotivas ela desenvolve Kit's Homocinética, Coxins, Batentes, Buchas e Kit's Amortecedor.

[vendas@vibrasil.com.br](mailto:vendas@vibrasil.com.br) | [sac@vibrasil.com.br](mailto:sac@vibrasil.com.br)

Solicite o nosso catálogo



**VIBRASIL**  
ALTA QUALIDADE NA REPOSIÇÃO



LANÇAMENTOS

## MONROE AXIOS TEM 18 NOVAS APLICAÇÕES

A Monroe Axios lança 23 novas aplicações para juntas homocinéticas e juntas deslizantes. As novidades abrangem veículos Chevrolet, Hyundai e Renault, com modelos de 2004 a 2018. Os produtos já estão disponíveis no mercado brasileiro. Veja as novas aplicações:

**Junta homocinética dianteira lado da roda:** • Chevrolet Onix 1.0 MT: 2013 a 2016 • Chevrolet Onix 1.4 MT: 2013 a 2016 • Chevrolet Onix 1.4 AT: 2013 a 2018 • Chevrolet Prisma 1.4 AT: 2013 a 2018 • Chevrolet Cobalt 1.8 AT: 2013 a 2016 • Hyundai HB20 1.0 12V: 2012 a 2018 • Hyundai HB20 1.6 16V: 2012 a 2018 • Hyundai i30 2.0 MT: 2012 a 2016 • Renault Duster 1.6 16V AT

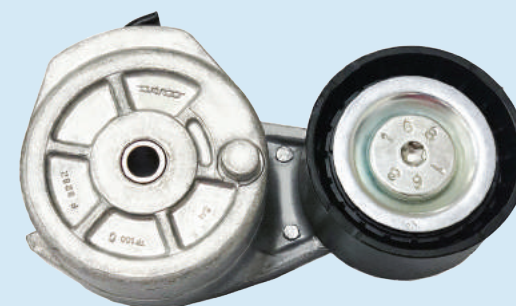


Junta homocinética dianteira Monroe Axios para aplicação em modelos da Chevrolet

4x2: 2010 a 2018 • Renault Duster 2.0 16V AT 4x4: 2010 a 2018. **Junta deslizante:** • Chevrolet Onix 1.0 MT: 2013 a 2016 • Chevrolet Onix 1.4 MT: 2013 a 2016 • Chevrolet Onix 1.4 AT: 2013 a 2018 • Chevrolet Prisma 1.4 AT: 2013 a 2018 • Chevrolet Cobalt 1.8 AT: 2013 a 2018 • Chevrolet Spin 1.8 AT: 2013 a 2018 • Hyundai HB20 1.0 12V: 2012 a 2018 • Hyundai HB20 1.6 16V: 2012 a 2018 • Hyundai Tucson: 2008 a 2015 • Hyundai i30 2.0 16V: 2009 a 2012 • Renault Duster 1.6 16V MT 4x2: 2010 a 2018 • Renault Duster 2.0 16V AT 4x4: 2010 a 2018.

## DAYCO INTENSIFICA LANÇAMENTOS PARA A REPOSIÇÃO

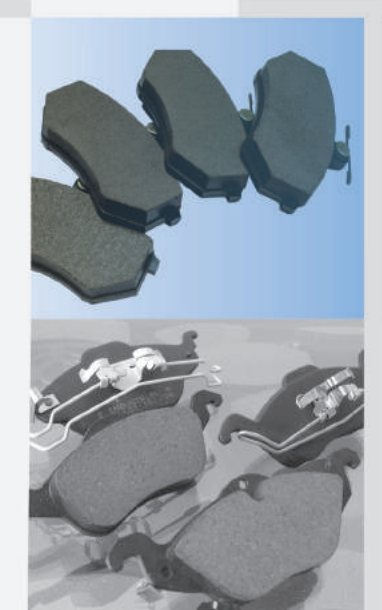
No segundo semestre de 2018, a Dayco lançou 50 itens na reposição. Entre as novidades, destaque para os kits de distribuição KTB819 para VW UP, Gol G7 3 cilindros, Golf 1.6 MSI, e Audi A1 e A3 1.4 TFSi 16v; o KTB591, para Peugeot 307, 308, 407, 408 e Citroen C4, C5 2.0 16v Flex DOHC EW10A, a partir de 2008, e correia 5PK1030 para GM ONIX e Prisma 1.0 e 1.4 8V de 2013 a 2016. Destaca-se também o investimento na linha pesada. Recentemente chega-



Tensionador APV 2732 é destinado à linha Scania séries P, G, R e T a partir de 2010

ram o tensionador APV2732 para Scania séries P, G, R e T, a partir de 2010, correia 10PK1512SHD para Volvo FH, 440, 460 e 480, a partir de 2006 e a polia APV2938 para caminhões e ônibus motor Mercedes Benz 457, 904, 906 e 924.

## INSTALE S.Y.L INSTALE QUALIDADE



(15) 3235-4900 | WWW.SYL.COM.BR | VENDAS@SYL.COM.BR

COM AS PASTILHAS DE FREIO S.Y.L AS FREAGENS FICAM MAIS EFICIENTES. INSTALE S.Y.L E SINTA A DIFERENÇA. MAIS QUALIDADE EM PASTILHAS, MAIS TRANQUILIDADE PARA VOCÊ.



Cinto de segurança salva vidas

**TAKAO**  
SEGURANÇA EM MOTOR



## TAKAO se diferencia no mercado com portfólio completo e entrega rápida em todo o Brasil

Mais de 17 mil itens disponíveis em estoque, abrangendo veículos nacionais e importados, todos à pronta-entrega, para qualquer região do Brasil, seguindo as especificações rigorosas das montadoras e estando certificadas pelo Inmetro. É isso que o reparador tem a serviço quando escuta o nome da TAKAO.

E a marca segue se esforçando para ganhar a confiança do aplicador, por meio de serviços diferenciados que atendem a toda uma cadeia da reparação.

Prova disso é o investimento que a marca tem feito em variedade de portfólio

e a disponibilidade dessas peças em estoque. Hoje, a TAKAO possui o maior portfólio de peças do mercado, atrelado à relação custo-benefício, para oferecer o melhor pelo menor preço.

A TAKAO acredita que essas características são essenciais para o crescimento e para a consolidação da marca entre as mais top do mercado.

Quer fazer parte do time da TAKAO? Aproveite as oportunidades que a marca preparou para você neste ano acessando o site [www.takao.com.br](http://www.takao.com.br) ou siga a marca nas redes sociais e fique por dentro das novidades.

# CRESCIMENTO DO NEGÓCIO É O MAIOR DESAFIO ENFRENTADO PELO VAREJO

É o que revela pesquisa realizada pela Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial para o encerramento do primeiro ciclo do ProVa, laboratório de inovação no varejo inaugurado em São Paulo

O Laboratório de Inovação do Varejo (ProVa) foi lançado em junho de 2018 no Shopping Frei Caneca, na capital Paulista, pelo então Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC), Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI) e Pieracciani Desenvolvimento de Empresas. O objetivo da iniciativa é apresentar soluções tecnológicas e fomentar a cultura da inovação no varejo brasileiro.

Desde a implantação do espaço, o Novo Varejo vem acompanhando de perto o trabalho. O ProVa oferece quatro salas equipadas com mesa de reunião e monitores para apresentação de conteúdo. Também disponibiliza aos varejistas um ambiente de coworking equipado com wifi gratuito para que varejistas e startups realizem atividades de escritório. Em uma sala separada do ambiente de circulação comum, o Laboratório de Inovação do Varejo possui um espaço destinado à experimentação de novos modelos de loja. A cada quatro meses, varejistas de diferentes segmentos têm a oportunidade de montar o espaço de acordo com idéias que têm para seus negócios podendo, nesse período, receber o feedback necessário dos especialistas para implementar ou não os conceitos na 'vida real'. A metodologia utilizada prima pelos pilares da experimentação, adaptabilidade e associabilidade para inserir a cultura da inovação no ambiente do varejista brasileiro.

## CICLO

O primeiro ciclo de seis meses do ProVa foi encerrado no final do ano passado e proporcionou uma série de constatações sobre as expectativas, necessidades e os desafios do setor varejista como um todo.

Foram investidos no projeto R\$ 4 milhões e, ao longo dos seis meses, passaram por lá mais de 1,8 mil empresários e profissionais do varejo, e foram realizadas 34 atividades, com a participação de 320 empresas de diferentes portes e regiões, além de 11 importantes parcerias firmadas com grandes associações e entidades ligadas ao varejo, como Anamac, Acomac e Abióptica. O espaço é o primeiro da América Latina a reunir novas tecnologias, mentoria, coworking e diversas atividades e experiências, tudo gratuitamente, e ficará em operação por mais um ano e meio. Pesquisa realizada pela ABDI (Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial) destaca que 75% dos varejistas entrevistados apontam o crescimento do negócio como sendo o maior dos desafios enfrentados por eles. Empatados, com 71,4%, aparecem gestão operacional e financeira e gestão de pessoas. O estudo destaca ainda que para 60,75% dos varejistas, a experiência do consumidor é algo desafiador; para 57,1%, a competitividade em relação aos demais players é uma barreira a ser vencida; e para 46,4%, as tecnologias e canais digitais é um caminho assombroso a ser traçado.



Tecnologia e inovação presentes na pauta de evolução do varejo

## QUESTÕES PRINCIPAIS LEVANTADAS



# TECNOLOGIAS DIGITAIS EXIGEM EVOLUÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIOS

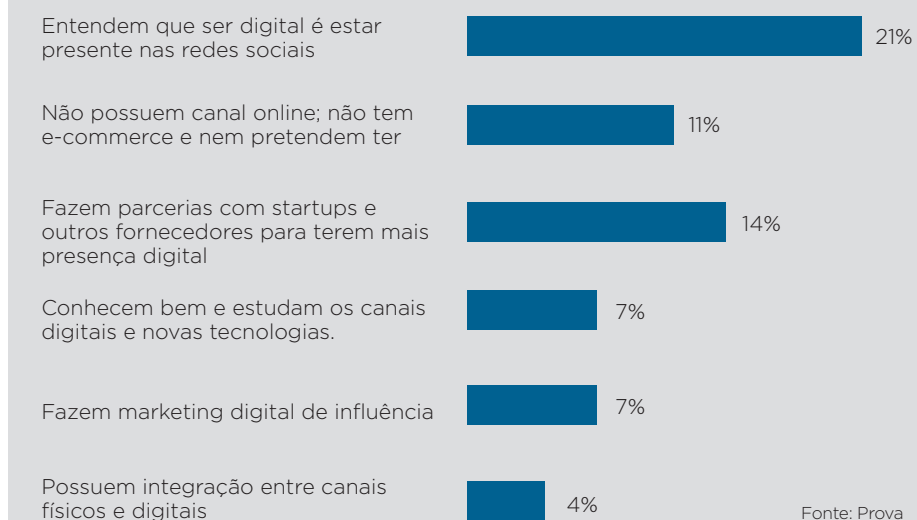
Cada vez mais o varejo é convidado a integrar seu ponto de venda físico às inovadoras tecnologias digitais que se multiplicam com velocidade espantosa. Trata-se, sem dúvida, de um enorme desafio imposto pelos consumidores, que não abrem mão de utilizar todos os canais possíveis para realizar a melhor compra.

“O setor varejista passa por um momento de amplas e profundas transformações. Cada vez mais exigentes e conectados, os consumidores esperam do setor mudanças para acompanhar as novas tendências. As novas tecnologias e o mundo digital desafiam o varejo a evoluir seu modelo de negócio, integrando canais físicos e digitais incorporando inovação e cultura digital nos projetos no seu dia a dia e na jornadas

dos consumidores. Há uma necessidade crescente de aprimorar conhecimentos e incorporar novas tecnologias, buscando melhorias na gestão e nas vendas. O objetivo é adaptar-se às novas tendências e criar novas formas de interação e relacionamento com os clientes”, relata Guto Ferreira, presidente da ABDI – Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial na introdução do e-book “Inovação no Varejo – Os Desafios do Empresário Brasileiro”. O executivo prossegue explicando em que medida as propostas do ProVa buscam atender a essas demandas. “Fundamentado em técnicas colaborativas de inovação, o objetivo do Laboratório de Inovação do Varejo é estabelecer um ambiente de conexão, de experimen-

tação e de inovação. A proposta é unificar soluções inovadoras para o setor varejista, convergindo iniciativas de governo, de entidades setoriais, empresas varejistas, fornecedores e startups”.

## Em relação ao uso da tecnologia e canais digitais



A união perfeita sempre precisa da junta correta.

www.juntasillinois.com



ILLINOIS. UM PRODUTO PARA CADA NECESSIDADE DE VEDAÇÃO

ILLINOIS

## BALCONISTA APOSTA NO CONTATO CONSTANTE VIA WHATSAPP PARA FIDELIZAR CLIENTES

Entre saudações e envio de ofertas, Everton Araujo estreita relacionamento ao manter comunicação constante com os consumidores

Um atendimento atencioso e personalizado no balcão é, há muito tempo, premissa básica e indispensável para a fidelização de clientes por parte dos estabelecimentos de varejo em seus mais variados segmentos.

Em fóruns que discutem as diretrizes do varejo na era da modernidade, esse relacionamento é destacado como pilar central para todas as áreas da empresa.

Especialistas destacam que, em meio às múltiplas mudanças promovidas pelo avanço tecnológico, a principal delas é o impacto que ele exerceu no comportamento do consumidor, miando-o e colocando-o no centro de toda a operação do negócio varejista. Não basta vender o melhor produto pelo melhor preço em sentido amplo. É preciso oferecer o melhor produto para a necessidade individual de um consumidor específico e exigente, bem como disponibilizar as melhores condições de pagamento de acordo com as necessidades de cada um.

Em resumo, não basta que o trabalho realizado pelas equipes de atendimento e marketing busque contemplar as demandas do público-alvo. É preciso que ele corresponda às demandas de cada um dos indivíduos do público-alvo, cuja principal característica é o sentimento de 'exclusividade' e a consequente dificuldade de se enxergarem como 'coisa-coletiva', como massa.

### AUTOPEÇAS

Sentindo essa mudança e a necessidade de fazer mais, balconistas como Everton Araujo, da campineira Rocha Autopeças, têm adotado novas e mais ousadas estratégias de fidelização de seus clientes.

Aos 31 anos de idade — sendo seis



Aplicativo se transformou em ferramenta de vendas

deles no setor —, Araujo recentemente sentiu a necessidade de personalizar seu relacionamento com os clientes da empresa e encontrou no aplicativo 'WhatsApp' um aliado para dar esse próximo passo.

Ao receber contatos de clientes em seu aplicativo de conversas por meio da divulgação corporativa de seu número de celular nos diversos canais da empresa, o balconista percebeu que esta seria uma dificuldade de iniciar um relacionamento mais profundo com essas pessoas. "A primeira atitude que tomei foi começar a mandar mensagens de bom dia, todas as segundas-feiras pela manhã, e de bom fim de semana ao meio dia dos sábados", contou, antes de complementar. "Depois, quando percebi que houve uma reciprocidade de clientes no desejo de manter esse canal de comunicação aberto, passei a mandar algumas ofertas de produtos da loja que poderiam interessar a eles. Sempre com parcimônia, para não ser aquele cara chato que envia mensagem o tempo todo".

De acordo com o profissional, que acredita que a fidelização de clientes é

o principal papel do balconista de autopeças — superando até a conversão de vendas propriamente dita —, a grande diversidade de público com que se relaciona acaba fazendo com que a estratégia não seja uma ciência exata. "Alguns vão te chamar uma única vez no WhatsApp e nunca mais vão responder outra mensagem. Outros vão fidelizar e construir uma relação legal com a empresa. Não existe uma regra, por isso é fundamental evitar ser invasivo, mantendo contato constante somente com os clientes que deram abertura para isso", analisou Araujo.

Questionado sobre uma possível tendência da padronização dessa atitude por parte de toda a equipe da Rocha Autopeças, o balconista afirma que os bons resultados de sua iniciativa individual incentivaram cerca de metade da equipe, que já adota a mesma prática. "O contato perma-

nente via aplicativo se tornou padrão para alguns, não para todos. Mas, qualquer que seja o canal utilizado, o mais importante é que toda a equipe reconheça que o mundo gira em torno do relacionamento. Se você se esforça para ter uma boa relação com os clientes, com certeza terá sucesso. É preciso entender que fidelização vai muito além de preços ou portfólio de produtos", pontua o profissional da Rocha Autopeças.

Apesar de sua inovação estar se tornando 'modelo' para alguns de seus companheiros, Araujo se esquivou dos méritos e destaca o fato de a empresa ter disponibilizado a ferramenta apropriada para esse novo passo em direção à fidelização — a introdução WhatsApp corporativo para todos os vendedores abriu oportunidades para iniciativas responsáveis que tornaram possível melhorar os resultados da equipe.

### VOCÊ SABIA?

O WhatsApp já tem 120 milhões de usuários no Brasil. Em todo o mundo, 1,5 bilhão de pessoas já estão conectadas ao aplicativo.

## CHEGOU A NOVA LINHA DE REPAROS DE PINÇA 2MC

Referência em qualidade e inovação em componentes de freio desde 1991, a 2MC antecipa mais uma solução para o mercado. A nova linha de reparos de pinça possui mais de 550 aplicações reunidas em 54 itens que atendem as normas NBR 9292, NRB 6948 e ASTM D 2240.

[www.2mc.com.br](http://www.2mc.com.br)

Entre em contato com nossa central de vendas ao distribuidor e confira os preços promocionais imperdíveis de nossos lançamentos.

11 5513 0856 | [vendas@2mc.com.br](mailto:vendas@2mc.com.br)



Baixe nosso catálogo especial da nova linha de pinças no site: [2mc.com.br](http://2mc.com.br)

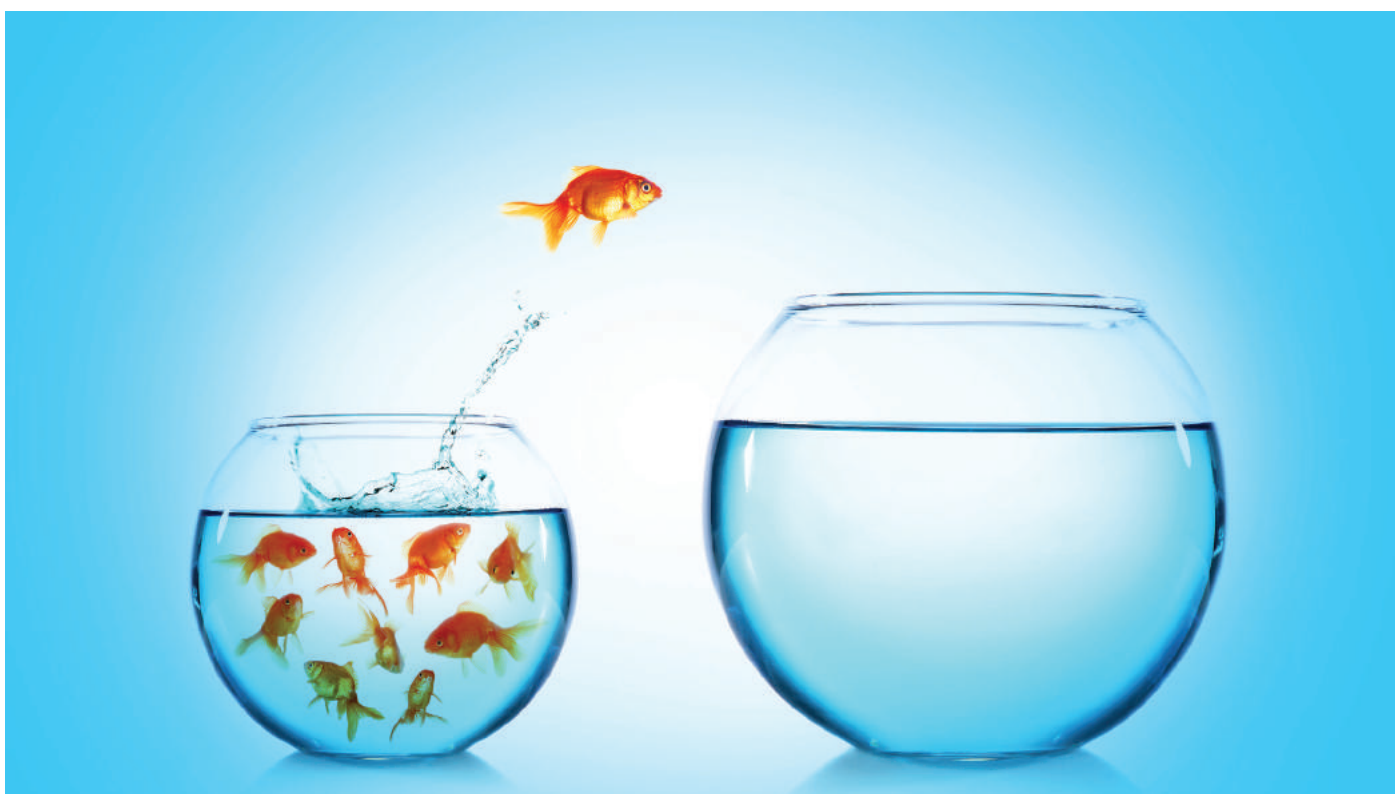
2MC. VOCÊ PREFERE. VOCÊ EXIGE

2MC

**Américo José da Silva Filho**  
é sócio diretor da  
Cherto Atco Educação Corporativa  
americo.jose@cherto.com.br



## 2019: O ANO DAS MUDANÇAS



Que mudanças são essas que tanto falam? Carros e ônibus sem motoristas, lojas sem caixas, casas que acendem luz, ligam a cafeteira, ar condicionado, fecham cortinas, e mais um milhão de coisas que nos surpreendem todos os dias.

Algumas pessoas se assustam com tudo isso e acabam achando que não têm cabeça para acompanhar estas mudanças e preferem fazer de conta que nada está acontecendo e continuam tocando a vida.

No mundo, existem três tipos de pessoas:  
**A – As que observam o que acontece;**  
**B – As que ficam perguntando “o que está acontecendo?”;**  
**C – E as que fazem acontecer.**

Nós, que trabalhamos na área comercial, temos que ser as pessoas que fazem as coisas acontecerem, somos desafiados todos os dias a apresentar resultados, temos que mudar, porque se fizermos

o mesmo de sempre, acontecerá o que sempre acontece, ou seja, se você quer respostas diferentes, faça diferente.

Mas, como fazer diferente? Fazer diferente é entregar de forma diferente aquilo que você faz todos os dias. Lembra-se, muitas vezes somos apegados àquilo que fazemos há muito tempo e que não temos coragem de mudar, e quando alguém pergunta, a resposta é: “sempre foi feito assim”.

Hoje, como vendedor, tenho que estar ligado nas redes sociais, trabalhar com WhatsApp (zapzap), tenho que pesquisar, deixar o apego de lado e começar a inovar nas pequenas coisas, mas todos os dias entregar algo diferente é fazer diferente. Vejamos um exemplo: vou pedir para você fazer duas coisas:

**1º) Cruze os braços.**

**Agora pode voltar à posição normal.**

**2º) Faça um círculo numa folha de papel, depois coloque um ponto dentro**

**do círculo e depois divida o círculo em duas partes.**

Quando pedi para você cruzar os braços, muito provavelmente você deve ter cruzado da maneira que cruza todos os dias, sem se preocupar que existem outras formas de cruzar os braços, você poderia ter cruzado os braços sobre as pernas, nas costas etc.

Quando pedi para fazer o círculo e colocar um ponto dentro dele, muito prova-

velmente você deve ter colocado o ponto no meio e feito a linha também. Por quê? Porque sempre foi feito assim, todo ponto deve estar no meio do círculo, e a linha tendo como referência o ponto. Mas não foi isto que pedi, pedi para colocar o ponto dentro do círculo não no meio.

Para podermos trabalhar, fazer diferente e inovar, precisamos ir além. Precisamos entender quais as competências, personalidades, etc que temos que desenvolver em nós para alcançarmos resultados melhores, através da inovação, desse “fazer diferente”.

Existe, na literatura, um conceito que defende quatro personalidades dentro de nós, sendo elas:

- Explorador
- Artista
- Juiz
- Guerreiro

Nas próximas edições vamos falar de cada uma delas, e como acompanhar as mudanças e inovações que acontecem no mercado.

2019 começou e precisamos estar abertos às mudanças que se apresentam diante de nós.

**Boas vendas e um ano novo repleto de realizações!**

### DESAFIO

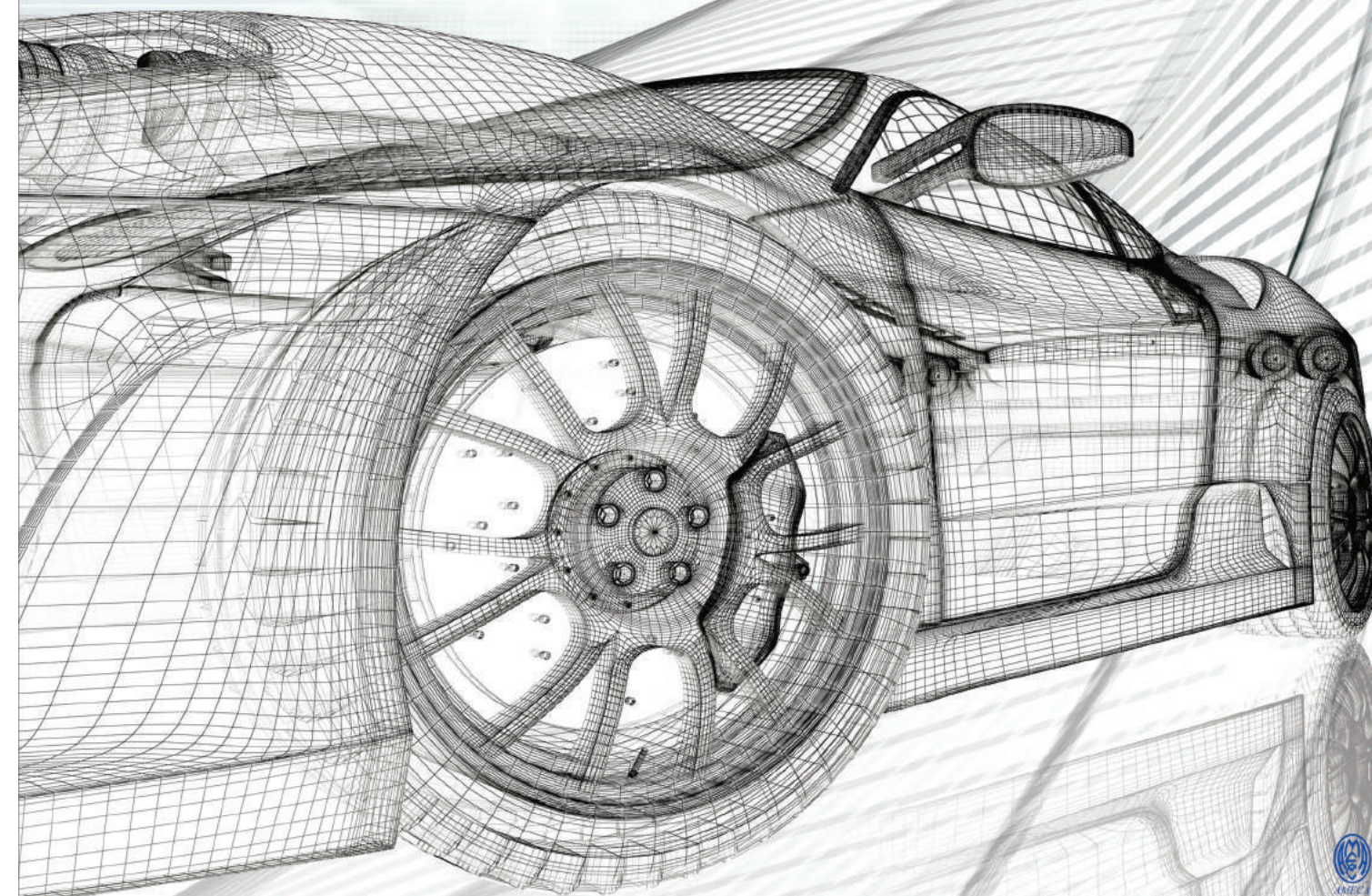
**Corte SEIS LETRAS de forma que as letras que ficarem formem uma palavra, sem alterar a ordem:**

**B S A E N I S L A E N T R A A S**

**A solução será apresentada na próxima edição. Até lá!**



INOVAÇÃO E TECNOLOGIA  
EM BENEFÍCIO DA SEGURANÇA



*S.Y.L. Em sintonia com a velocidade do mundo para você frear seu carro com segurança.*



(15) 3235-4900 | atendimento@syl.com.br | www.syl.com.br



## Sua confiança é nossa maior conquista.

Os principais varejistas de autopeças do país elegeram mais uma vez a Schaeffler como destaque no Prêmio Inova 2018. Com a LuK, ficamos em primeiro lugar em “Desempenho Empresarial”, além do segundo e terceiro lugares em “Rolamento”, com INA e FAG, respectivamente. Obrigado! Esse reconhecimento nos deixa ainda mais confiantes e próximos do nosso principal objetivo: a sua satisfação.



0800 11 10 29 | [sac.br@schaeffler.com](mailto:sac.br@schaeffler.com)  
[www.schaeffler.com.br](http://www.schaeffler.com.br)

 /schaefflerbrasil  
 /company/schaeffler  
 15 99798.6385

Faça revisões em seu  
veículo regularmente.

**SCHAEFFLER**