

25 ANOS novo varejo,

Desde 1994 a maior publicação do varejista de autopeças

SENADOR ANTONIO ANASTASIA FALA SOBRE OS ENTRAVES À ATIVIDADE EMPRESARIAL

pág. 10



CRESCCE APELO PELA REDUÇÃO DA BUROCRACIA NO BRASIL

pág. 20



HOMENAGEM ÀS MULHERES DO MERCADO AUTOMOTIVO

pág. 38

O QUE MUDA COM A CHEGADA DO BLOCO K DO SPED FISCAL

pág. 34



CONHEÇA OS FINALISTAS DA PESQUISA AUTOP OF MIND 2019

pág. 30

É muito mais atendimento. É muito mais variedade. Veja na página 5 onde fazer o melhor negócio em autopeças.

Pellegrino
Conte com nossa gente.

42
FILIAIS



O mercado não para de mudar,
você precisa de um

DISTRIBUIDOR

que muda com ele.

VAMOS CONVERSAR?



Na SK Automotive tudo está sempre em movimento para atender melhor você. Vivemos uma busca constante por melhores produtos, processos mais avançados e mais presença no território nacional. Pensamos diferente justamente para entender cada um dos nossos clientes. Tudo começa com uma conversa, encontre a filial SK mais perto de você em:

SKAUTOMOTIVE.COM.BR/FILIAIS



Sempre ao seu lado!

-  MOTOR
-  FREIOS
-  EMBREAGEM
-  SUSPENSÃO
-  ARREFECIMENTO
-  FILTROS
-  INJEÇÃO ELETRÔNICA
-  ROLAMENTOS
-  ELÉTRICA
-  ACESSÓRIOS
-  MOTOS
-  LUBRIFICANTES



MODERNIZAR TAMBÉM É PRIORIDADE

O Congresso Nacional está prestes a dar um passo decisivo para o futuro do país. Ainda neste primeiro semestre, os parlamentares devem avançar nas discussões que envolvem a reforma previdenciária. O assunto é polêmico e extremamente impopular, mas os cidadãos conscientes de suas responsabilidades com as próximas gerações e com a viabilidade da nação sabem da importância de estancar o déficit da Previdência Social, que em 2018 chegou a R\$ 195,2 bilhões de acordo com dado oficial do Ministério da Economia. É urgente acabar com os privilégios e fechar esse ralo que drena as energias do Brasil – em 2019, o país vai gastar mais de 50% de tudo o que produz apenas com o pagamento dos diferentes benefícios previdenciários. Pois se o quadro atual mais do que justifica o discurso do ministro Paulo Guedes acerca da necessidade da aprovação rápida do projeto de reforma tal qual enviado pelo governo ao Congresso – discurso este que, infelizmente, não tem sido acompanhado no mesmo tom pelo presidente da República, que tem se ocupado de certas agendas bizarras, para dizer o mínimo –, também é verdade que as engrenagens que movem o Brasil não podem girar exclusivamente em função dessa reforma, ainda que ela deva, sim, ser prioridade. Outras ações são absolutamente necessárias para que as expectativas positivas com que terminamos 2018 e iniciamos este

novo ano comecem a dar sinais de confirmação. E entre elas com certeza não estão postagens polêmicas e inúteis no twitter nem empreender quixotescas batalhas ideológicas que têm como único resultado ampliar a fissura que desgraçadamente rachou nossa sociedade – com certeza existem atitudes mais produtivas e inofensivas para ocupar as mentes ociosas dos imaturos, como brincar de lenço atrás, jogar amarelinha ou pular corda. Então, que ações são essas, afinal? Uma delas está explicitada nesta edição do Novo Varejo, ocupando as páginas de nossa entrevista e da reportagem principal. Trata-se da redução da burocracia, um mal que se apoderou do Brasil há décadas e do qual não conseguimos nos livrar. Estruturas cartelizadas e obsoletas insistem em não ingressar no século 21 e continuam infelicitando empresários e empreendedores com seus anacronismos injustificáveis perante a razão, mas perfeitamente compreensíveis sob o ponto de vista dos interesses econômicos de grupos de pressão lamentavelmente ainda relevantes. Nesse sentido, o pacote de desburocratização deve contemplar uma reforma tributária – sim, ela de novo – que simplifique de uma vez por todas a arquitetura extravagante de nosso sistema atual, aquele que quase ninguém entende. Aliás, boa definição trouxe o entrevistado deste mês, senador Antônio Anastasia: “Nós temos no ICMS o imposto mais complexo do mundo, em que o contador tem uma opinião, o Fisco outra, o advogado uma terceira e o juiz outra diferente”. Neste verdadeiro arcabouço parido em hospício ninguém se entende e todo mundo quer ter razão. Quem sofre, aos costumes, é o empresário e o empreendedor. Sendo assim, cabe aos gestores buscar meios para aproveitar o momento histórico que vivemos,

de inauguração de um anúncio do governo liberal e modernizador, a fim de pressionar pela implantação do máximo possível de reformas que tornem o Brasil um país de fato competitivo e moderno. Na mesma entrevista, o senador Anastasia atesta que, sim, é possível imaginar que a reforma tributária e a previdenciária caminhem juntas no Congresso, ainda que muitos parlamentares discordem. “Não considero que uma agenda se sobreponha a outra”, diz ele. Como viabilizar isso? Do único jeito que nossos políticos são capazes de entender os anseios da sociedade. Fazendo pressão, lobby legítimo e atormentando essa gente a partir de todos os canais possíveis. Para isso, é preciso organização e mobilização. É preciso buscar as entidades representativas do mercado e outras que hasteiem a mesma bandeira. Lamentar sozinho não leva a nada. Como temos dito aqui há mais de duas décadas, é preciso “desindividualizar” o mercado. Não percamos esse momento histórico valioso para ao menos tentar impor mudanças que tornem nossas atividades muito mais produtivas e lucrativas. O Brasil precisa de uma vez por todas virar a página da maior crise que se abateu sobre nossa economia e que continua mostrando suas garras. Basta ver o crescimento inexpressivo do Produto Interno Bruto relativo a 2018, que avançou apenas 1,1%, repetindo o discreto desempenho de 2017 – e aí voltamos às reformas, consideradas fundamentais para acelerar a tão desejada e necessária recuperação. Portanto, mais do que nunca, o momento é de mudar o Brasil e caminhar rumo à modernização. E esta, além de uma Previdência saudável, exige um sistema tributário racional, eficiente e, acima de tudo, justo.



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 26 - # 292 - Março 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

AUTOMEC

Venha nos visitar no estande E41
São Paulo Expo-SP.
De 23 a 27 de abril de 2019
Terça a sexta-feira: 13h às 21h
Sábado: 9h às 17h

Com mais de 75 anos no mercado, a Pellegrino é referência na distribuição de autopeças, oferecendo soluções completas das melhores marcas para as linhas leve e pesada. Pensou autopeças, pensou Pellegrino. É muito mais negócio.



pellegrino.com.br

Pellegrino
Corte com nossa gente.

Trânsito seguro: eu faço a diferença.

Estruturas cartelizadas e obsoletas insistem em não ingressar no século 21 e continuam infelicitando empresários e empreendedores com seus anacronismos



Empresários e empreendedores brasileiros sofrem com o excesso de burocracia no país. Entre os entraves está o complexo e ineficiente sistema tributário.

20

Senador Antonio Anastasia fala sobre a urgência da desburocratização no Brasil e a perspectiva de retomada do tema no Congresso.

10



No mês em que se comemora o Dia Internacional da Mulher, site do Novo Varejo presta homenagem às profissionais da reposição.

38

30 Editora Novo Meio traz de volta a pesquisa Autop of Mind, que investiga as marcas mais lembradas por reparadores e proprietários de veículos.

34 Desde 1º de janeiro está vigorando nova exigência para a entrega do Bloco K do SPED fiscal, a versão digital do Livro de Controle de Produção.

HÁ 100 EDIÇÕES

O TOP OF MIND ESTÁ DE VOLTA AO MERCADO

Há 100 edições o Novo Varejo anunciava os resultados da pesquisa Autop of Mind 2010. Agora, em 2019, o estudo está de volta e você vai conhecer os finalistas

Com o objetivo de apurar as marcas automotivas mais lembradas pelos reparadores e pelos proprietários de veículos e avaliar os resultados do trabalho institucional das indústrias do setor, a Editora Novo Meio criou em 1999 a primeira pesquisa do gênero no

mercado brasileiro de reposição independente, a Autop Of Mind. A partir daquele momento, o estudo passou a ser realizado a cada dois anos, dividido em duas etapas: na primeira, eram entrevistados 460 reparadores. Na segunda fase, eram apuradas as

marcas que não saíam da cabeça de 590 motoristas brasileiros. Ambos os públicos foram entrevistados por telefone e as cidades selecionadas para o trabalho representavam os principais mercados do país, segundo o Instituto Marplan Brasil – que opera no ramo de pesquisa de hábitos de consumo de mídia: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Recife, Porto Alegre, Salvador, Fortaleza, Curitiba e Brasília. A divisão do número de entrevistas em cada cidade era proporcional à população do município estimada pelo IBGE (Instituto Brasileiro

de Geografia e Estatística). Há 100 edições, eram divulgados os resultados da pesquisa realizada em 2010, que encerrava a primeira série histórica do estudo. Agora, como uma das ações para comemorar os 25 anos do jornal Novo Varejo, a Editora Novo Meio traz de volta a Autop of Mind. Mais uma vez você vai conhecer as marcas que não saem da cabeça dos reparadores e proprietários de veículos. E os finalistas você encontra nesta edição. Os resultados serão divulgados em abril.

INSTALE
INSTALE
QUALIDADE



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



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

**MUITOS ANOS DE ESTRADA,
NO BRASIL E NO MUNDO.**

ASFALTO, TERRA, RETAS, CURVAS, ACLIVES, LOMBADAS.
NÃO EXISTE OBSTÁCULO NO MUNDO PARA
OS AMORTECEDORES COFAP.

AMORTECEDORES
cofap

NASCIDOS NO BRASIL, CRIADOS PARA O MUNDO

Faça revisões em seu veículo regularmente.

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.



AUTOMEC
14ª FEIRA INTERNACIONAL DE AUTOPEÇAS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS

Esperamos a sua visita

Stand E41
São Paulo Expo - SP
23 a 27 de Abril

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.

Sama
Autopeças

Laguna
Autopeças

DASA / Distribuidora Automotiva

www.distribuidora.com.br

RELATOR DA COMISSÃO MISTA DA DESBUROCRATIZAÇÃO NO CONGRESSO AFIRMA QUE TEMA DEVE SER PRIORIZADO NO NOVO GOVERNO

Para o senador Antônio Anastasia, redução da burocracia representará mais simplicidade nos processos e menos custos para o empresariado

Cada vez mais cresce no Brasil o sentimento de que é necessário diminuir as amarras do Estado no dia a dia da atividade empresarial e na produtividade da economia do país como um todo. Tal sentimento impulsionou a eleição de Jair Bolsonaro, que em meio a diversos pontos polêmicos e impopulares, acabou por ser visto como candidato representante da agenda liberal e desburocratizadora. A fim de discutir a questão e pontuar ações que possam tornar reais o desejo um tanto quanto genérico do novo chefe do Executivo nesse sentido, conversamos com o senador Antônio Anastasia (PSDB-MG) que, enquanto relator da Comissão Mista de Desburocratização nos anos de 2016 e 2017, apoiou medidas como a dissolução e liquidação de sociedades, simplificação de procedimentos de cartórios e emissão de patentes. Na entrevista, Anastasia afirmou que, além das medidas propostas no âmbito da extinta comissão – que espera retomar assim que o novo governo se estabeleça definitivamente –, é fundamental que o país discuta uma reforma tributária capaz de diminuir

os custos do empresariado nacional, bem como tornar seus processos contábeis menos complexos.

Novo Varejo - Quais são os principais entraves para a atividade empresarial no Brasil?

Antônio Anastasia - A burocracia excessiva certamente é um deles, alinhada a uma carga tributária muito alta em relação aos serviços públicos de baixa qualidade que o Estado oferece, com uma educação que deixa a desejar – o que prejudica demasiadamente nossa produtividade – e com uma infraestrutura muito defasada. Isso acaba sendo uma verdadeira espada de Dâmoles na cabeça do empresário brasileiro. Para melhorar esse cenário temos de atacar em todas as frentes. Mas a desburocratização deveria ser a mais fácil de resolver porque ela não envolve custos significativos. E por que mesmo assim é tão difícil? Por causa da nossa cultura centralizadora. Fomos formados ao longo de nossa História, infelizmente, em uma cultura lusitana excessivamente burocrata, que valoriza o carimbo, a papelada, que desconfia muito do outro, como se os erros de alguns justificassem a cobrança para todos. Não é fácil modificar isso. Mas eu tenho insistido, me esforçado para que possamos quebrar essas resistências.

NV- Como relator da extinta Comissão Mista de Desburocratização, como o senhor avalia seus resultados e principais dificuldades de articulação com o restante do Congresso?



Anastasia cobra maior mobilização em torno do tema

AA - Há muito que se discute quando falamos, no Brasil, em desburocratização. Há uma série de exigências do Estado em relação ao cidadão e às empresas que precisam ser minoradas se quisermos criar um ambiente mais propenso aos negócios. Todo mundo sabe que o chamado Custo Brasil tem tornado nosso país inviável a muitos investimentos. Mas poucas iniciativas legislativas conseguem avançar em um prazo razoável para mudar essa realidade. A Comissão Mista da Desburocratização foi uma iniciativa importante do Congresso Nacional porque ela conseguiu encurtar alguns processos do trâmite legislativo. Ela buscou se debruçar sobre propostas que melhorassem procedimentos e que, ao mesmo tempo, não gerassem custos nem para o Estado nem para o cidadão ou as empresas. Mas que terão um impacto positivo se aprovadas e sancio-

nadas. Quando da conclusão dos trabalhos da comissão, apresentamos 31 propostas que estão tramitando no Congresso. Metade delas foi para o Senado e metade para a Câmara. Das 16 que foram para o Senado, conseguimos aprovar 8, só em 2018. A Câmara, por sua vez, infelizmente, ainda não avançou com os projetos sob sua responsabilidade. Eu acredito que há o reconhecimento dos parlamentares de que essa é uma agenda importante. Mas é preciso haver uma maior mobilização em torno do tema. A desburocratização precisa se tornar prioridade no Brasil se quisermos avançar porque ela vai representar mais simplicidade e menos custos.

NV - Algumas propostas apresentadas pela Comissão trataram da dissolução e liquidação de sociedades, simplificação de procedi-

Essa agenda terá de ser encarada de maneira mais premente porque o país todo está percebendo que dificilmente vamos avançar com uma burocracia tão rigorosa

VETOR
AUTOMOTIVOS

VENHA NOS VISITAR NA
AUTOMEC
14ª FEIRA INTERNACIONAL DE AUTOPEÇAS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS
SÃO PAULO EXPO - Stand B130 DE 23 A 27 DE ABRIL



Rolamentos

São desenvolvidos com materiais de alta resistência e graxa de alta performance garantindo uma maior durabilidade e menor ruído. Todos são submetidos a rigoroso teste de qualidade.

GRUPO VETOR
VETOR AUTOMOTIVOS TESLLA E-KLASS



0800 724 5011
vetorauto.com.br



Senador sugere soluções simples mas de grande impacto

mentos de cartórios e emissão de patentes. Quão importantes são essas questões para o estímulo ao empresariado nacional e qual a possibilidade desses temas serem retomados em breve?

AA - Há uma proposta, por exemplo, que altera a Lei de Simplificação do Registro de Empresários e Pessoas Jurídicas (Lei 11598/2007) para permitir ao usuário da Redesim praticar diretamente no sistema os atos de constituição e extinção de empresas e pessoas jurídicas. Hoje você pode abrir uma conta em um banco sem que esse banco nem exista fisicamente, tudo pela internet. Ora, temos que fazer com que a abertura e o fechamento de empresas também sejam mais simples, que o empresário possa resolver as principais demandas pela internet. O Chile, segundo País da América do Sul de melhor colocação no quesito abertura de empresas no Relatório do Banco Mundial, conta com um endereço eletrônico nacional, denominado "Sua Empresa em Um Dia", que agiliza o registro mercantil naquele país. Além disso, é permitido a qualquer pessoa acessar os atos registrados por meio da plataforma eletrônica. Inserimos dispositivo no projeto que permite o acesso de qualquer pessoa aos documentos disponíveis no registro mercantil. Veja bem como nós não precisamos inventar a roda. Se funciona em outros países, por que não poderia fun-

cionar aqui? Esse foi um dos projetos já aprovados pelo Plenário do Senado. Também aprovamos – está agora na Câmara – a proposta que altera a Lei dos Notários (Lei 8935/1994) para possibilitar a ampliação dos dias e horários de funcionamento dos serviços notariais e de registro e autorizar os tabeliães de notas a realizar diligências e atos externamente à sede da serventia. Isso vai acabar por promover uma saudável 'concorrência' e a melhoria dos serviços cartoriais. Outra proposta altera a Lei de Protesto de Títulos, para estabelecer que qualquer prova escrita de dívida é título sujeito a protesto, como notas fiscais, boletos bancários e mensagens eletrônicas. Veja que são soluções simples, mas de grande impacto porque buscam melhorar serviços, desjudicializar ações, desburocratizar processos, gastar menos tempo e gerar mais eficiência.

NV - Além de deputados e senadores, os empresários brasileiros tiveram voz na formulação e discussão das propostas da comissão? Qual a importância de oferecer a eles esse espaço para serem protagonistas em uma discussão que afetará seus setores e, por conseguinte, toda a atividade produtiva no país?

AA - Isso é fundamental. A comissão realizou as audiências públicas que considerou necessárias e o meu gabinete sempre esteve e continua

aberto para ouvir a todos. Eu digo sempre que não podemos ter preconceito contra ideias. E a maior parte das propostas que apresentamos no relatório final foi baseada em sugestões colhidas junto a lideranças, associações, câmaras e órgãos representativos. Esse, afinal, deve ser o nosso papel como parlamentar. A gente não tem o monopólio sobre a verdade. Muito pelo contrário. Quem sabe das agruras, das dificuldades, dos empecilhos do dia a dia da atividade empresarial é o empresário. E quando falamos empresário não estamos falando das grandes indústrias ou conglomerados. Mas do micro e pequeno empresário, daquelas pessoas que produzem nas capitais e no interior do país e que são as que mais geram emprego e renda no Brasil, que movimentam a nossa economia de Norte a Sul. Por isso, é fundamental dar ouvido e voz a esses setores, entender quais são suas principais demandas e buscar apresentar soluções para que possam produzir e empregar mais.

NV - Uma das principais bandeiras do atual governo é o incentivo à livre iniciativa da atividade empresarial no país. Nesse sentido, qual será o papel do Congresso para impulsionar essa agenda?

AA - O principal papel é não deixar de discutir essas propostas. Nós temos um grande desafio nesses próximos anos que é analisar propostas que são urgentes de forma concomitante. Eu não vejo dificuldade de isso acontecer, mas nem sempre essa foi uma prática no Congresso Nacional. Acho que está na hora também de quebrarmos essa cultura porque por muitos anos o Brasil reprou demandas e agora precisamos nos debruçar sobre diversos temas se quisermos avançar de modo mais rápido e sustentável. Veja bem, a reforma da Previdência é importante assim como a tributária, a questão da desburocratização e a da segurança pública. Todos são temas que precisam passar pelo Congresso e nós

não poderemos nos furtar de discutir nenhum deles. Isso não quer dizer que as propostas apresentadas pelo Executivo ou por algum parlamentar não vão merecer aperfeiçoamento. Vão sim. Vão ser, se necessário, modificadas, melhoradas. Mas precisam entrar na agenda. Precisam ser debatidas, votadas e aprovadas. Esse é o papel do Congresso.

NV - Já houve algum diálogo entre o Executivo e o Legislativo nesse sentido, de retomar uma agenda, digamos, desburocratizadora?

AA - O governo ainda está se formando e buscando um diálogo junto ao Poder Legislativo, que é necessário. Mais dia, menos dia – e acredito que não vai demorar muito – essa agenda terá de ser encarada de maneira mais premente porque o país todo está percebendo que dificilmente vamos avançar com uma burocracia tão rigorosa. Vejo por parte da nova equipe econômica, que é muito competente, uma sinalização nesse sentido. No noticiário já vemos, por exemplo, o desejo do governo de simplificar a questão da documentação, algo que vai ao encontro da proposta que relatei no Senado e que já virou Lei, que cria um documento único de identidade nacional, um número só com que o cidadão poderá resolver seus problemas junto ao governo e junto a outras entidades. Para que tanto papel? Hoje, um cidadão pode ter 27 carteiras de identidade diferentes, uma em cada Estado. Isso é irracional, gera problemas, insegurança, um campo para fraudes de todo tipo. Simplificar, tornar a vida das pessoas mais fácil, ao contrário, gera mais economia e mais segurança.

NV - Uma discussão profunda sobre o sistema tributário brasileiro é indispensável para que tenhamos um ambiente de negócios mais 'cordial' aos empresários ou é possível diminuir as amarras do empreendedorismo com algumas ações de 'menor porte'?

AA - Esse é outro desafio que tere

A nossa 17ª filial acaba de ser inaugurada em Porto Alegre!



Estamos em constante crescimento para melhor atendê-lo sempre.



Distribuidora de Auto Peças
» Disape
Com você.

www.disape.com.br

ABC	0800 729 4410
Belém	0800 729 5544
Belo Horizonte	0800 722 5560
Brasília	0800 701 6611
Campinas	0800 701 3535
Curitiba	0800 702 6040
Fortaleza	0800 727 6630
Goiânia	0800 704 6750
Natal	0800 701 1650
Porto Alegre	0800 722 7744
Recife	0800 701 1650
Ribeirão Preto	0800 724 6610
Rio de Janeiro	0800 701 3434
Salvador	0800 727 6550
São Paulo	0800 727 4555
Uberlândia (Matriz)	0800 701 3535
Vitória	0800 722 7759
Vitória da Conquista	0800 722 6618

mos de enfrentar. A reforma tributária interessa e é importante não apenas para os empresários, mas para os estados, os municípios, a União e para os próprios cidadãos que hoje pagam tantos impostos diferentes que nem sabem o tanto que estão pagando. Não tem como resolvermos um problema que é estrutural com ações de menor porte. Se uma casa está com problemas sérios, ameaçando desmoronar, não tem como passar um reboco e considerar que está resolvido. Tem que mexer na fundação, nos pilares. É o que considero que devemos fazer no nosso sistema tributário. Nós temos no ICMS, o imposto mais complexo do mundo, em que o contador tem uma opinião, o Fisco outra, o advogado uma terceira e o juiz outra diferente. E tudo isso gera custos para a empresa, para o cidadão e para o Estado. Isso não se sustenta. Há tempos eu advogo pela substituição dos im-

postos pelo IVA – Imposto sobre Valor Agregado – no modelo concebido pelo ex-deputado Luiz Carlos Hauly. Isso vai transformar 10 impostos em 1, vai simplificar, vai pôr fim à guerra fiscal, vai gerar segurança jurídica e muito mais economia. É uma agenda essencial para o Brasil.

NV - Olhando para a questão tributária, uma reforma nessa área poderá ser a 'segunda na fila' do governo, resolvida a questão previdenciária?

AA - É importante que seja. Como eu disse, não considero que uma agenda se sobreponha a outra, acredito até que poderiam caminhar juntas. Mas muitos deputados e senadores têm uma visão diferente, acreditam que primeiro deve-se resolver uma questão para depois discutir a outra. Mas não há dúvida nenhuma de que a necessidade é

premente e que precisamos avançar logo também sobre a reforma tributária para que possamos superar essa grave crise – que, repito, é estrutural – e iniciarmos um novo ciclo de progresso de desenvolvimento econômico e social no Brasil. É o que todos esperamos e pelo que vou trabalhar.

NV - Como anda o humor do Congresso para finalmente dar prosseguimento a discussões mais profundas sobre a questão tributária no país? O que torna o tema tão delicado?

AA - Há disposição do Congresso, mas precisa haver liderança do Executivo. O Brasil nesses últimos anos viveu uma crise profunda de lideranças e isso é muito ruim para o País. A principal dificuldade em mexer na questão tributária é que ela envolve, de fato, toda a sociedade, inte-

resses de toda monta. Temos o desafio de fazer uma reforma que não aumente a carga tributária – porque ninguém aguenta mais pagar tantos impostos – e que, ao mesmo tempo, não diminua a receita tributária dos Estados e dos Municípios, que estão também em uma situação muito difícil. Por isso, mesmo que em um primeiro momento não consigamos diminuir o valor dos impostos – e, com sinceridade, isso não será possível de imediato –, precisamos ao menos simplificá-los, o que, no Brasil, já será uma revolução. A União precisará dar a sua parcela de contribuição nesse sentido, de forma a fazer com que a reforma prospere. Do contrário, dificilmente chegaremos a um denominador comum. Mas sou otimista. Acredito que, com diálogo franco e com liderança firme, podemos avançar também nesse tema tão necessário.



Aqui dentro tem toda a qualidade que você já conhece

A qualidade LuK, INA e FAG que você confia faz parte do portfólio de produtos de um dos maiores grupos do setor automotivo: a Schaeffler, cuja linha de produtos cobre 90% da frota de veículos leves e pesados de todo o Brasil. Assim, a qualidade sai da mesma fábrica para diferentes destinos. Uma Schaeffler, a força de três grandes marcas.

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

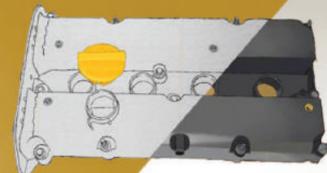
[f](#) /schaefflerbrasil
[in](#) /company/schaeffler
[whatsapp](#) 15 99798.6385

Schaeffler na Automec 2019
Visite nosso estande!
23 a 27 de abril – Estande E 151
Automec 2019 – São Paulo

Faça revisões em seu veículo regularmente.

SCHAEFFLER

FLÓRIO
AUTOPARTS



CHEGOU A NOVA LINHA DE
FABRICAÇÃO FLÓRIO
TAMPAS DE VÁLVULA

**74 RESERVATÓRIOS DE
EXPANSÃO EXCLUSIVOS**



VENHA NOS VISITAR NA
AUTOMEC
14ª FEIRA INTERNACIONAL DE AUTOPEÇAS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS
ESTANDE C 223 A

Respeite os limites de velocidade.

11 4771-2222 • www.florio.com.br



RESERVATÓRIOS



TAMPAS



TAMPAS DO
CABEÇOTE



MANGUEIRAS



INTERRUPTORES



KITS DE
DISTRIBUIÇÃO

ZF ANUNCIA TROCA DE COMANDO EM SUAS OPERAÇÕES NA AMÉRICA DO SUL

Carlos Delich assume a presidência da ZF América do Sul em substituição a Wilson Bricio, que se aposentará após período de transição, em meados deste ano. Cidadão australiano e natural da Argentina, Delich tem 59 anos, é graduado em Engenharia e possui MBA em Administração de Empresas pelo Instituto Universitário Aeronáutico da Argentina, além de pós-graduação em Gestão da Engenharia pela Universidade de Tecnologia de Queensland, Austrália. O executivo participou ain-

da de programas de formação em renomadas escolas internacionais de negócios. Carlos Delich iniciou sua carreira na indústria automotiva em 1990. Ingressou no Grupo ZF em 2001, na então unidade industrial da Sachs, na Argentina. Delich tem longa experiência na América do Norte, onde atuou de 2007 a 2015 como gerente geral da Divisão de Suspensão da empresa em Guadalajara, no México, e em Detroit, EUA. Desde 2015, respondia pela Unidade de Negócios de Sistemas de Chassis na Alemanha, localizada na sede da Di-

visão de Tecnologias de Chassis da ZF em Dielingen, bem como nos TechCenters em Northville, EUA e Xangai, China. "Assumo essa importante posição em um momento especialmente positivo para a ZF na região sul-americana, com a missão de dar continuidade ao excepcional trabalho realizado pelo Wilson, suportando os nossos clientes nessa fase de retomada do mercado e disrupção tecnológica", afirma Delich.

O brasileiro Wilson Bricio começou na ZF em 2001 e em 2005 assumiu a presidência das operações da empresa na América do Sul. Formado em engenharia mecânica na Universidade de São Paulo, em São Carlos, com pós-graduação em admi-

nistração industrial na mesma instituição, participou do Programa de Desenvolvimento de Executivos do IMD, em Lausanne, na Suíça, entre outros. À frente da presidência regional, foi responsável por conduzir, em tempo recorde, as integrações das empresas Sachs, Lemförder e posteriormente TRW, adquiridas pelo Grupo ZF. "Tenho muita satisfação em entregar ao Carlos uma empresa modernizada, integrada ao mercado e à comunidade, com uma equipe motivada para os novos desafios da indústria automotiva. Isso é a base para que ele possa conduzir a ZF com muito sucesso", comenta Bricio.

DAYCO FECHA SEU ANO FISCAL COM 20% DE CRESCIMENTO E RECORDE DE PEÇAS FATURADAS NO ÚLTIMO MÊS

A Dayco concluiu seu ano fiscal em 28 de fevereiro de 2019, com crescimento de 20% em relação ao ano anterior, além do recorde de peças faturadas neste mesmo mês. Apesar de 2018 ter sido um ano com os eventos que prometiam mexer com o mercado, como Copa do Mundo, eleições e uma constante crise de confiança na economia, a Dayco investiu fortemente nas ações do Brasil e em produtos e serviços de qualidade para atender aos seus clientes e conquistou bons resultados. O crescimento de 20% em relação ao ano fiscal anterior pôde ser comemorado no último dia 28 também com o recorde de faturamento em peças, atingido com quatro dias de antecedência da data do fechamento. A Dayco vem lançando produtos além de ampliar o portfólio com novas linhas. Somente no segundo semestre de 2018 foram mais de 50 novos itens e em 2019 a empresa entrou no segmento de correias para Scooter. "Temos o objetivo claro de atender aos nossos clientes



Linha completa da marca para o mercado de reposição

com produtos de qualidade e estamos próximos a todos os nossos públicos identificando o que realmente valorizam e precisam. Grandes novidades serão apresentadas no decorrer do novo ano fiscal e muitas já estarão presentes na Automec. Nossos parceiros/amigos podem ter certeza de que continuaremos na busca por oferecer soluções cada vez mais completas. Agradecemos e confiança em nossas marcas e essa conquista demonstra o reconhecimento de que o trabalho está sendo bem feito", diz Marcelo Sanches, Diretor de Aftermarket para a América do Sul.

MULHERES EM CARGOS DE LIDERANÇA: CONTINENTAL DEFINE NOVA META PARA 2025

A Continental se comprometeu a aumentar a proporção de mulheres nos dois primeiros níveis de gestão em todo o mundo até 25% em 2025. "A diversidade é o catalisador de desenvolvimentos pioneiros. Por isso, promover a diversidade – e, por sua vez, promover as mulheres – é fundamental para o nosso sucesso futuro. Depois de tudo, queremos fortalecer nossa capacidade inovadora com inteligência coletiva diversificada", afirma Dr. Elmar Degenhart, CEO da Continental. Para aumentar a proporção de mulheres na alta administração, o Conselho Executivo da Continental definiu sua própria meta para a proporção de mulheres na empresa em todo o mundo, indo além dos requisitos estatutários. Em 2015, a multinacional alemã já havia fixado a meta em 16% até 2020. A proporção de mulheres na alta gerência da Continental já está perto de 15%. "O nível atual de 15% de mulheres nos dois níveis de gestão superior é algo para se orgulhar. Isso nos

encoraja a elevar nossas ambições, e é por isso que 25% até 2025 é nosso novo alvo", disse Degenhart. Ao iniciar inúmeros projetos e programas, a empresa de tecnologia eleva o perfil de suas funcionárias talentosas. Isso inclui uma rede de diversidade, bem como eventos como o Women@Work, e uma conferência anual de diversidade. A Continental também oferece condições de trabalho necessárias para permitir que as funcionárias conciliem família e carreira.



Mulheres cada vez mais fortes no mercado de trabalho

ESTAMOS ESPERANDO

VOCÊ PARA FAZERMOS

GRANDES NEGÓCIOS

NA AUTOMEC 2019

ALLEN

DLZ
SUSPENSÃO

MecArm
EMBREGENS

TRAC
GENUINE PARTS

Autotec
GENUINE PARTS

FRONTIER
MOTOR PARTS

AUTOMEC

PREPARAMOS UM MUNDO DE AUTOPEÇAS COM DESCONTOS INCRÍVEIS E BRINDES PARA VOCÊ!

VENHA NOS VISITAR: ESTANDE E-90

FAÇA REVISÕES EM SEU VEÍCULO REGULARMENTE.



/ISAPAAUTOPEÇAS



UM MUNDO DE AUTOPEÇAS



CONFIANÇA & PARCERIA

— EM CONSTANTE MOVIMENTO —



O NOSSO
COMBUSTÍVEL

É ANDAR
LADO A LADO
COM NOSSOS
CLIENTES

D.MKT | COBRA 2019©

Bom atendimento desde 1987

SAC - Serviço de Atendimento ao Cliente - 0800 16 3333



FAÇA REVISÕES EM SEU
VEÍCULO REGULARMENTE.
WWW.COBRAROLAMENTOS.COM.BR



EXCESSO DE PROCEDIMENTOS, ATRASO TECNOLÓGICO DO SETOR PÚBLICO E SISTEMA TRIBUTÁRIO ULTRACOMPLEXO ACIRRAM BUROCRACIA NO BRASIL

País é apenas o 125º colocado no ranking de países menos burocráticos do planeta. Reforma tributária está entre as principais demandas do empresariado



Na literatura, o termo burocracia é definido como o excesso de procedimentos utilizados, em geral, como mecanismos de defesa da legalidade em um ambiente de grande desconfiança a respeito de fraudes e demais expedientes ligados à corrupção. Como, então, explicar o fato de o Brasil ser, no ranking do Banco Mundial, o 125º colocado na lista dos países menos burocráticos do mundo e, ao mesmo tempo, o 105º entre 180 países elegíveis no ranking dos menos corruptos do estudo Transparência Mundial? Essa é a questão que há muito desagrada o empresariado nacional, que aponta o excesso de burocracia processual e tributária como um dos maiores entraves à sua capacidade competitiva. Em relação aos processos, o economista chefe da Infinity Asset, Jason Vieira, afirma que a solução passa por dois fatores primordiais: a digitalização da economia e da gestão pública; bem como a redução do peso e da participação do Estado em múltiplas etapas dos processos.

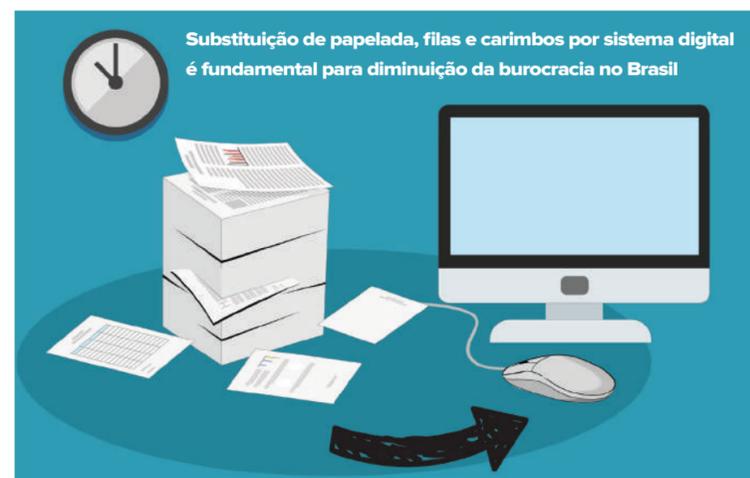
Essa visão tem, desde a ascensão de Michel Temer à Presidência, sido compartilhada pelo Governo Federal, que tenta criar medidas para diminuir o impacto da 'meticulosidade exagerada' e da característica analógica da administração pública nos trâmites de empresas e cidadãos. Batizada de 'Lei da Desburocratização', a Lei 13.726, sancionada em outubro de 2018, prevê – entre outras ações – a 'descartorização', com o fim da obrigação de reconhecimento de firma no cartório, tornando a presença de qualquer funcionário público suficiente para a autenticação do documento; e a criação do 'Selo de Desburocratização', destinado a reconhecer e estimular práticas e projetos que simplifiquem o funcionamento da administração pública por meio da eliminação de exigências cabidas e exageradas e da adoção de soluções tecnológicas. "A vantagem de ações como essas é que elas podem ser aplicadas de imediato, por simples determinação do poder Executivo, sem ter de pas-

sar pelos ritos do Congresso", analisa Jason Vieira. Soluções no campo tecnológico, para o qual bastaria o poderio e o desejo do Executivo, foram destacadas pelo presidente do Sincopemas-SP, Francisco De La Torre. "Se o governo digitalizar, por exemplo, os processos dentro da Junta Comercial, para que as pessoas possam abrir seus negócios, isso já facilitaria bastante. Existem tantas outras pequenas ações, como, por exemplo, na hora de entrar com um recurso na Secretaria da Fazenda ou na Receita Federal, se isso pudesse ser feito de forma totalmente digital também já facilitaria bastante, ou mesmo na defesa de eventuais controvérsias junto a esses órgãos", sugere o dirigente, antes de complementar, tocando na questão trabalhista, recém-abor-



Economista Jason Vieira aponta caminho para agilizar desburocratização

dada no país: "Há também inseguranças ainda existentes no âmbito da relação capital-trabalho que, mesmo após a reforma, oneram bastante as empresas e contaminam o ambiente de negócio".



Presidente do Sindirepa Nacional e do Sindirepa de São Paulo, Antonio Fiola complementa a análise de De La Torre sobre a questão trabalhista ressaltando que o maior problema da situação laboral no Brasil se dá pela não aplicação real das alterações previstas na reforma, que, mesmo depois

de aprovada, ainda é 'ignorada' e dá lugar à manutenção do regime antigo. "Nosso regime trabalhista complica bastante não só as empresas, mas também a vida dos funcionários. Para a reparação, é necessário que o regime estabelecido com a reforma seja aplicado na prática", cobra Fiola.

VETOR
AUTOMOTIVOS

VENHA NOS VISITAR NA
AUTOMECA
14ª FEIRA INTERNACIONAL DE AUTOPEÇAS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS
SÃO PAULO EXPO - Stand B130 DE 23 A 27 DE ABRIL

Palheta Híbrida

Com um design moderno, as Palhetas Híbridas Vektor são fabricadas com materiais leves, tornando seu trabalho mais suave e eficiente.

Instalação rápida e fácil, proporcionada pelo engate Gancho.

Armação desenvolvida com material polietileno, tornando-a isenta de oxidação.



Lâmina de borracha tratada com grafite, para melhor eficiência e deslizamento sem trepidação e ruído

GRUPO VETOR
VETOR AUTOMOTIVOS TESLLA E-KLASS



0800 724 5011
vetorauto.com.br

DISCUSSÃO SOBRE SISTEMA TRIBUTÁRIO É ESSENCIAL PARA REDUZIR A BUROCRACIA NO PAÍS

Destaque entre as arquiteturas mais complexas do mundo e responsável por algumas das maiores alíquotas praticadas no planeta, o sistema tributário brasileiro desagrada não apenas os empreendedores, mas também os cidadãos em geral e a maior parte dos especialistas que se debruçam sobre o tema. Nos atendo apenas ao âmbito empresarial, o problema começa ser exposto no dado – fornecido pelo Banco Mundial – que aponta para o fato de as empresas brasileiras com mais de 100 funcionários gastarem, em média, 1.958 horas anuais, ou 81 dias por ano, para resolver processos ligados à burocracia tributária, carga que supera largamente o próximo país sul-americano

na lista dos piores classificados, a Bolívia, com 1.025 horas/ano. A situação piora progressivamente na comparação com a média dos países que compõem a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), como a França, a Espanha e o Reino Unido, cujas empresas gastam em média 160,7 horas. “Empresas dos Estados Unidos ou da Alemanha, gastam pouco mais de 10% do tempo gasto pelas brasileiras. Isso causa um impacto enorme”, acrescenta Francisco De La Torre. As causas primordiais para tamanha disparidade entre o sistema brasileiro e aqueles aplicados às principais nações do mundo surgem da demasiada pluralidade de impostos utilizada, da comple-

xidade das regras e da autonomia não controlada por parte de nossos estados. Enquanto na maioria das principais economias do mundo os tributos são integrados ao Imposto de Renda ou ao Imposto de Valor Agregado (IVA), no Brasil essas cobranças se ramificam em uma grande quantidade de pequenas outras cobranças, tais como o Programa de Interação Social (PIS), a Contribuição Social para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS), o Imposto sobre Operações de Crédito (IOF) e o Imposto Sobre Produtos Industrializados (IPI), além de outros tributos, dos universais aos que só incidem sobre setores específicos. “Esse excesso de tributos, somado ao excesso de regulações, faz com

que os empresários não saibam direito nem o que devem pagar e acabam incorrendo em irregularidades”, aponta Jason Vieira. O excesso de regulações, mencionado pelo economista da Infinity, espanta os especialistas na área de finanças mundo afora, tanto pela necessidade de verificações de tabelas com muita periodicidade quanto pela obrigatoriedade do uso de cálculos mais complexos do que os demandados pela maioria dos países do globo. Para se fazer o Diferencial de Alíquota do ICMS, ou DIFAL, por exemplo, é preciso realizar um cálculo baseado na conferência de uma tabela de partilha entre as unidades da Federação que é alterada ano a ano.

CENÁRIO DESESTIMULA INVESTIMENTOS NO BRASIL



Responsável pela linha de caminhões e o Fiesta, tradicional fábrica da Ford em São Bernardo encerra atividades este ano

Além da exigência sobre os administradores com atualizações constantes, a complexidade do sistema tributário nacional se revela na atividade inglória de chegar

a uma conclusão sobre quais impostos devem incidir em mercadorias comercializadas entre estados diferentes. “Eu conheço uma série de empresários que preferem ex-

portar o produto para fora do país do que transportar para um estado qualquer, como Santa Catarina, por exemplo”, relata o economista Jason Vieira. Antonio Fiola, presidente dos Sindirepas Nacional e de São Paulo, define o sistema de impostos brasileiro como causador de um ‘efeito cascata’ de tributação e o aponta como o principal responsável pelo fechamento de importantes empresas fixadas em nosso território. “O regime atual é muito ultrapassado. Estamos assistindo ao fechamento da fábrica da Ford, em São Bernardo (SP), montadora tradicional no Brasil, o que nos entristece muito e deixa uma dúvida no ar com relação ao destino do setor automotivo nos próximos anos”.



Antonio Fiola chama atenção para a incidência em cascata dos impostos no Brasil

Além da dificuldade de ‘navegação’ por entre as regras tortuosas do sistema brasileiro, o empresário tem ainda de enfrentar uma das taxas tributárias mais altas do mundo, fator destacado no Relatório de Competitividade Global divul-

gado pelo Fórum Econômico Mundial (FEM), em 2017, que colocou o país na sétima colocação entre os países que recolhem a maior carga tributária de sua população. Na lista, o Brasil ficou atrás apenas de Argentina, Bolívia, Tajiquistão, Argélia,

Mauritânia, Colômbia e Brasil. “Esses dados nos exigem a discussão de uma Reforma Tributária que não apenas melhore a bagunça que é nossa cobrança de tributos e padronize as regras para alíquotas entre diferentes unidades da Fede-

ração, mas que também que reduza na prática o peso e o custo do Estado na cobrança de impostos”, conjectura Jason Vieira, antes de complementar de forma peremptória: “Resumindo, não adianta simplificar. Tem de diminuir os impostos”.

SITUAÇÃO DOS ESTADOS E MUNICÍPIOS É OBSTÁCULO À REFORMA TRIBUTÁRIA

Apesar de unanimidade entre empresários, especialistas e parlamentares como o deputado Luiz Carlos Hauly, relator da mais recente proposta de reforma tributária, a burocracia do sistema vigente no Brasil parece ainda longe de ser solucionada – em entrevista ao Novo Varejo em dezembro de 2017, Hauly dizia nutrir esperanças de que o projeto pudesse ser votado no decorrer do ano de 2018, o que, como sabemos, não aconteceu. Pesa contra a solução para este

problema o temor de estados e municípios brasileiros – que na maioria dos casos já se encontram em grave situação econômica e fiscal – que acreditam que uma reforma poderia trazer perda de receitas. “O cenário que teríamos é o de conflito entre estados produtores e estados consumidores a partir de uma reforma tributária, que inevitavelmente vai mexer em suas posições no cenário”, opina Francisco De La Torre. O próprio presidente do Sincopes paulista aponta a questão po-

lítica como outro obstáculo ao andamento dentro das instituições brasileiras da tão necessária reforma. “Veja o caso da reforma da previdência. Já foi encaminhada ao Congresso e se fosse hoje, nem na CCJ – Comissão de Constituição e Justiça seria aprovada, mesmo porque não há um político experiente, um líder autêntico, disposto a assumir a relatoria porque sabe das dificuldades que o governo tem em fazer a interlocução entre o Poder Executivo e o Poder Legislativo”.



Presidente do Sincopes-SP, Francisco De La Torre cita como exemplo dificuldade na tramitação da reforma da Previdência

CONSULTOR EXALTA MOBILIZAÇÃO DA CLASSE VAREJISTA EM TORNO DE UM BRASIL MENOS BUROCRÁTICO



Marcos Hirai, do GS&MD, espera postura de fato liberal do novo governo

Sócio-Diretor do GS&MD, braço do grupo Gouvêa de Souza – especializado em consultoria para desenvolvimento de negócios varejistas

–, Marcos Hirai reforça as questões destacadas pelos dirigentes da repoição e pelo economista Jason Vieira, enfatizando que a burocracia vigente no país advém da falta de modernização do Estado, sobretudo nas questões relacionadas à nossa legislação trabalhista e ao ambiente tributário.

Quais são os entraves para a atividade empresarial no país?

O custo Brasil é um deles, tudo aqui é mais caro do que em qualquer outro país. É uma soma que vai dos custos trabalhistas, passando pela questão tributária – temos uma carga tributária entre as mais altas do mundo, e a própria legislação acaba gerando bitributação em muitos casos. É uma combinação disso e mais um monte de outras coisas.

De que maneira eles podem ser solucionados?

A modernização do Estado é fundamental. É uma das grades plataformas da equipe econômica do novo governo. Menos impostos e uma legislação trabalhista mais flexível. Recentemente ouvi que há um trabalho sendo feito para reduzir o tempo de abertura das empresas, o Brasil é hoje um dos países que demandam maior prazo para isso. Se tudo o que foi prometido acontecer, a gente começa a ter um ambiente muito melhor para o desenvolvimento do varejo. São promessas ainda, mas que trazem ares novos. É uma esperança.

Qual deve ser a participação da classe empresarial junto ao governo para buscar soluções?

A mobilização dos diversos setores do varejo, desde supermercados, shoppings, de alimentação, ou seja, de forma setorializada fazer pressão junto aos governantes. O pessoal do

IDV, que representa os grandes varejistas, tem feito reuniões com o ministro da Economia e os governadores e isso é uma forma de pressão, levar reivindicações da categoria já que o varejo é o maior empregador deste país. Aparentemente, nessas reuniões houve uma promessa positiva de que estão sendo gestados projetos e políticas para combater esses males.

Os segmentos citados correspondem a grandes varejos, que têm forte poder de mobilização. Como o varejista familiar pode se engajar nessa luta?

Os esforços são maiores para os pequenos, os grandes são mais mobilizados. Mas essa grita é de todos, porque o varejo como um todo sofre. O pequeno pode se mobilizar pelos sindicatos, pelo Sebrae, mas sozinho será muito difícil ser ouvido. É a união dos grupos de interesse do varejo que resulta nas maiores possibilidades.

A TECNOLOGIA PARA O HOMEM PISAR NA LUA AGORA PARA VOCÊ PISAR NO FREIO.

DISCOS DE FREIO COM A INOVADORA
TECNOLOGIA NIOBIUM STEEL
DA HIPPER FREIOS.

VISITE NOSSO
STAND E121
NA
AUTOMECC
TECNOLOGIA INTERNACIONAL DE AUTOPÊÇAS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS



Quanto mais avançada é a tecnologia, mais segurança ganham os carros e as pessoas, especialmente quando se trata de sistema de frenagem. Ao seguir esse princípio de forma permanente, a Hipper Freios, após o sucesso do Hipper Grinding, apresenta a exclusiva novidade do ano: o Niobium Steel, disco com o elemento químico Nióbio, utilizado para fortalecer ligas de aço de produtos que exigem alta resistência.

A inovação é resultado de muita pesquisa e desenvolvimento, trabalho que levou à formulação de uma nova liga que utiliza o Nióbio como elemento químico principal. Essa tecnologia é de extrema importância para freios de alta performance.

RESULTADOS COMPROVADOS

Testes realizados no laboratório LINK, o mais conceituado para testes em discos de freio para montadoras, compararam discos com Nióbio aos convencionais. Os resultados comprovam uma grande diferença de desempenho.

Temperatura máxima: Aquece menos, diminuindo a fadiga do material. Como resultado, mantém suas propriedades mecânicas por mais tempo.

Resistência: Aumento na resistência do disco ao surgimento de trincas e ao seu rompimento.

Varição do coeficiente de atrito: Menor variação do coeficiente de atrito entre o disco e a pastilha, fazendo com que o pedal fique mais suave no momento da frenagem.

O inovador disco Niobium Steel, que chega ao mercado, marca a liderança da Hipper Freios no lançamento de novas tecnologias. A oportunidade é única para a conquista do diferencial exclusivo que une a retífica cruzada Hipper Grinding com a resistente liga de Nióbio, representando a solução perfeita para a máxima eficiência da frenagem.

Hipper Freios

A inovação nunca foi tão longe.

www.hipperfreios.com.br

SCHAEFFLER APOSTA EM CULTURA E PROFISSIONALIZAÇÃO PARA CONTRIBUIR COM O DESENVOLVIMENTO DA REGIÃO DE SOROCABA

Um dos programas de destaque aproxima a comunidade local da música clássica por meio de concertos e oficinas sobre o gênero

Empresa alemã estabelecida no Brasil há mais de 60 anos, a Schaeffler – que reúne as marcas LUK, INA e FAG – tem concentrado suas ações sociais na região da cidade paulista de Sorocaba, onde está sediada. Um dos programas de maior destaque, sobretudo pelo ponto de vista do ineditismo, é o ‘Schaeffler Música’, que oferece à comunidade uma programação anual de música clássica de maneira gratuita ou, em alguns casos, a preços populares. “O Schaeffler Música está completando 10 anos. A ideia é oferecer mais uma opção de cultura por meio de um projeto de popularização da música clássica que, além dos concertos, dispõe de oficinas para os interessados em aprenderem mais sobre o gênero, bem como atividades voltadas para a comunidade deficiente auditiva”, conta a chefe de marketing e comunicações corporativas da empresa na América do Sul, Renata Campos. “Por se tratar da única temporada

de música clássica do interior de São Paulo que visa oferecer acesso para toda a comunidade, o projeto conta com o apoio da Lei Rouanet”, acrescenta. Além da atuação na área cultural, a empresa de origem alemã busca contribuir para o desenvolvimento e a preparação dos jovens sorocabanos para o mercado de trabalho. A empresa mantém parceria de 25 anos com o SENAI e de 17 anos com a Fundação lochpe, a fim de proporcionar ao jovem experiência de qualificação profissional para conquistar seu primeiro emprego, seja na Schaeffler, caso corriqueiro, ou em outras empresas. “Nosso programa com a Fundação lochpe é o ‘Formare Schaeffler’ e nele contamos com um contingente de mais de 50 de nossos colaboradores que se dispõem a ministrar aulas do curso como voluntários durante seus horários de trabalho”, relata Renata. Outras ações da Schaeffler no âmbito da responsabilidade social



Schaeffler música completa 10 anos

são: apoio ao Prêmio Jornalístico de Direitos Humanos que, em parceria com a Associação Sorocabana de Imprensa, incentiva os profissionais da área a olharem para questões sociais que possam colaborar para a promoção de direitos humanos; atendimento a 150 crianças de Sorocaba e região no âmbito do ‘Clube Schaeffler’, que busca integra-los em atividades

esportivas como aulas de futebol, vôlei de quadra e vôlei de areia. “Acreditamos que o ponto fundamental para as empresas é o reconhecimento de seus papéis no desenvolvimento da comunidade. É possível se engajar de diversas formas, seja por meio das leis de incentivo fiscal, ou de ações de voluntariado, incentivando os colaboradores a olharem para fora, para o próximo”, encerra Renata.

BOSCH CRIA INSTITUTO PARA FORTALECER ATIVIDADES NO ÂMBITO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL



Empresa tem mais de 40 anos de atuação social

A institucionalização das atividades ligadas à responsabilidade social sinaliza um estágio já maduro da atuação de uma empresa. De origem alemã, a Bosch adota esse expediente em terras brasileiras há mais de 40 anos com a fundação, em 1971, na cidade de Campinas (SP), da Associação Robert Bosch, cuja primeira atuação social foi a construção do Centro Médico de Campinas.

No início de 2019, uma mudança de conceito transformou a Asso-

ciação em Instituto Robert Bosch, com o objetivo de fortalecer e qualificar as ações sociais com foco na educação para o desenvolvimento social das comunidades vizinhas às fábricas da Bosch no Brasil, a partir de projetos próprios ou em parceria com outras instituições.

Dentro dessa nova configuração, as atividades do agora Instituto se dividem em três braços principais:

PROFISSIONAL - Oferta de qualificação para o mercado

de trabalho que também busca desenvolver o lado cidadão dos adolescentes participantes

Formare (Campinas e Curitiba):

Franquia social desenvolvida pela Fundação lochpe. Em Campinas, seleciona 20 jovens de comunidades em desenvolvimento para o curso gratuito de Assistente Administrativo e Logístico e em Curitiba, mais 20 jovens são selecionados para o Curso de Iniciação de Assistente de Produção Industrial. Aulas ministradas por colaboradores voluntários da empresa.

Oficina profissionalizante (Curitiba):

Anualmente recebe cerca de 900 alunos e oferta mais de 15 cursos realizados com diversos parceiros, como Manutenção de Notebook, Eletricidade Predial, Mecânica Básica Industrial, Auxiliar Administrativo.

Projeto WAAS (Campinas, Curitiba e Joinville): Com 170 alunos, mostra como produzir e utilizar a tecnologia como ferramenta para solução de problemas.

SOCIAL - Busca melhorar o desenvolvimento social e emocional de adolescentes, além de ampliar competências importantes em sua formação como cidadãos

Transformação e Projeto Futuros (Curitiba e Campinas, respectivamente):

Em parceria com os SESI campineiros e paranaenses, contam com duas turmas de 25 jovens que participam de dois encontros semanais que buscam desenvolver habilidades e competências socioemocionais, além de orientar o adolescente a fazer escolhas conscientes na vida pessoal ou no mundo profissional.

Jovens em Ação (Curitiba-PR):

Durante dois anos, 25 adolescentes ganham bolsas de estudo para o ensino médio no Colégio SESI e, em paralelo, participam de um encontro semanal em grupo para desenvolver habilidades e competências socioemocionais.

VOLUNTARIADO – mobiliza, por ano, em média 700 colaboradores nas cidades onde a Bosch está presente e atende cerca de 4.700 pessoas

Gincana da Solidariedade (Campinas):

Os voluntários realizam ações mensais nas instituições parceiras para proporcionar ativi-



Ações qualificam os jovens profissionais

dades recreativas educacionais que contribuam no desenvolvimento cultural, social e intelectual de crianças e jovens atendidos.

Ciclo de Profissões (Campinas, Joinville, Curitiba e Pomerode):

Os colaboradores compartilham suas experiências pessoais e profissionais com os jovens que participam das ações do INRB.

NGK LANÇA CINCO MODELOS DE BOBINAS DE IGNIÇÃO



Produtos atendem modelos das marcas Fiat, General Motors, Honda e Toyota

A NGK amplia sua linha de bobinas de ignição com cinco diferentes modelos. São eles: U2018 e U2105,

para veículos fabricados pela General Motors; U2031, para modelos Fiat; U5160, para modelos Honda e U5145, para veículos da Toyota. Destinados ao mercado de reposição, os cinco novos tipos de bobina ampliam a linha para 40 aplicações disponíveis. “As bobinas de ignição completam nosso portfólio, adotando os mesmos padrões rigorosos de desempenho e qualidade vistos nas velas e ca-

bos de ignição, amplamente conhecidos por reparadores e consumidores em 60 anos de tradição da NGK no mercado brasileiro. Nossos produtos são desenvolvidos para atender as necessidades de cada motor, em acordo com os projetos das montadoras, garantindo durabilidade, economia e, não menos importante, respeito ao meio ambiente”, enfatiza Hiromori Mori, consultor de Assistência Técnica da NGK do Bra-

sil. Basicamente, a função da bobina de ignição é transformar a tensão da bateria em alta tensão, que é levada até as velas pelos cabos de ignição ou diretamente pelas bobinas. Nas velas de ignição, a alta tensão é transformada em uma centelha elétrica que dará início à reação de queima do combustível. A NGK disponibiliza na reposição 28 modelos, reforçando assim seu comprometimento com esse segmento.

MAGNETI MARELLI COFAP AFTERMARKET TRAZ LANTERNAS TRASEIRAS PARA O JEEP COMPASS

A Magneti Marelli Cofap Aftermarket apresenta novos componentes no segmento de iluminação com o lançamento de lanternas traseiras, móveis e fixas, para o Jeep Compass. Os códigos das lanternas do lado direito são IMM0611005 (Fixa) e IMM0611007 (Móvel). Do lado esquerdo, IMM0611206 (Fixa) e IMM0611208 (Móvel). Seguindo a estratégia de

ampliar seu catálogo de iluminação no Brasil, a Magneti Marelli Cofap Aftermarket, através da Automotive Lighting e suas unidades fabris de iluminação localizadas ao redor do mundo, inclusive no Brasil, tem focado seus lançamentos nos itens de alta gama, como a linha de faróis e lanternas para aplicações Mercedes-Benz e Audi lançados recente-

mente, além de manter novidades para veículos nacionais, como os faróis e lanternas produzidos na unidade mineira da Automotive Lighting para o Fiat Argo, por exemplo. Essas novidades integram os 1.300 códigos de produtos que devem ser apresentados ao mercado reparador pela Magneti Marelli Cofap Aftermarket em 2019.



Componente importado chega ao mercado brasileiro para compor os mais de 1.300 novos códigos que serão lançados em 2019

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.

AUTOMEC

Visite-nos na Automec
Stand E41
São Paulo Expo SP - 23 a 27 de Abril

ROLES
AUTOPEÇAS

ROLES.COM.BR

FACEBOOK.COM/ROLESCONECTAR



PESQUISA AUTOP OF MIND 2019 INVESTIGA AS MARCAS DE AUTOPEÇAS MAIS LEMBRADAS POR REPARADORES E PROPRIETÁRIOS DE VEÍCULOS

Nesta edição, apresentamos os três finalistas em cada um dos quesitos pesquisados junto aos dois públicos abrangidos pelo estudo. Os resultados finais serão divulgados em abril



Ser top of mind é ocupar o primeiro lugar na lembrança espontânea de um determinado público. Isso significa que existe algum valor muito forte agregado àquela marca, em geral reforçado por um trabalho eficiente

de comunicação junto ao segmento atendido ou visado, capaz de torná-la inesquecível. E no mercado de reposição, quem é top of mind? Ao longo de 25 anos, a Editora Novo Meio, através de suas

publicações, tem realizado diferentes pesquisas para apurar o desempenho das empresas e marcas que atuam em todos os segmentos da cadeia de negócios do aftermarket.

Entre 1999 e 2010, a revista Mais Automotivo realizou seis edições de um estudo que apurava as marcas mais lembradas junto aos reparadores e proprietários de veículos. Como uma das ações em comemoração aos 25 anos do Novo Varejo, a Editora Novo Meio decidiu relan-

çar este estudo, ampliando a atuação do jornal na prestação de serviços ao mercado de reposição, trazendo cada vez mais informações sobre os públicos que compõem o segmento.

Nos quadros a seguir, você vai conhecer os finalistas da pesquisa Autop of Mind 2019. Os resultados completos do estudo serão divulgados em abril, na edição 293 do Novo Varejo que circulará na Automec.

COMO É FEITA A PESQUISA AUTOP OF MIND

Com o objetivo de apurar as marcas automotivas mais lembradas pelos reparadores e pelos proprietários de veículos e avaliar os resultados do trabalho institucional das indústrias do setor, a Editora Novo Meio criou em 1999 a primeira pesquisa do gênero no mercado brasileiro de manu-

tenção de veículos. O estudo é dividido em duas etapas: na primeira, são entrevistados 460 reparadores nas nove principais capitais do país, segundo ranking do Instituto Ipsos Marplan. Na segunda fase, são apuradas as marcas que não saem da cabeça de 590 motoristas brasileiros.

EM ORDEM ALFABÉTICA, OS FINALISTAS DA AUTOP OF MIND 2019

AS MARCAS MAIS LEMBRADAS PELOS REPARADORES

AMORTECEDOR	BANDEJA DE SUSPENSÃO	BORRACHA DE SUSPENSÃO	COMBUSTÍVEL
COFAP	COFAP	AXIOS	BR PETROBRAS
MONROE	GRAZZIMETAL	BORFLEX	IPIRANGA
NAKATA	NAKATA	SAMPEL	SHELL
ANEL E PISTÃO	BATERIA	BICO INJETOR	CORREIA
COFAP	BOSCH	BOSCH	CONTINENTAL CONTITECH
MAHLE METAL LEVE	HELIAR	DELPHI	DAYCO
TAKAO	MOURA	MAGNETI MARELLI	GATES

DISCO DE FREIO	FERRAMENTAS	ÓLEOS LUBRIFICANTES	ROLAMENTO
FREMAX	GEDORE	BR LUBRAX	FAG
HIPPER FREIOS	RAVEN	IPIRANGA	INA
TRW VARGA	TRAMONTINA	MOBIL	SKF
EMBREAGEM	FILTROS	PASTILHAS/LONAS	SONDA E SENSOR
LUK	FRAM	COBREQ	BOSCH
SACHS	MANN	FRAS-LE	MTE THOMSON
VALEO	TECFIL	SYL	NGK
EQUIPAMENTOS DE OFICINA	JUNTAS E RETENTORES	PIVÔ E TERMINAL	VELA DE IGNIÇÃO
BOSCH	SABO	NAKATA	BOSCH
ELEVACAR	TAKAO	TRW VARGA	MAGNETI MARELLI
SUN	TARANTO	VIEMAR	NGK
ESCAPAMENTOS	MOLAS DE SUSPENSÃO	PNEU	
MASTRA	COFAP	GOODYEAR	
SCAPEX	FABRINI	MICHELIN	
TUPER	TIGRE	PIRELLI	

EM ORDEM ALFABÉTICA, OS FINALISTAS DA AUTOP OF MIND 2019

AS MARCAS MAIS LEMBRADAS PELOS PROPRIETÁRIOS DE VEÍCULO

AMORTECEDORES	DISCO DE FREIO	PASTILHA DE FREIO
COFAP	BREMBO	COBREQ
MONROE	FRAS-LE	FRAS-LE
NAKATA	TRW VARGA	TRW VARGA
BATERIAS	FILTROS	PNEU
ACDELCO	BOSCH	GOODYEAR
HELIAR	FRAM	MICHELIN
MOURA	MANN	PIRELLI
COMBUSTÍVEL	ÓLEO LUBRIFICANTE	VELAS DE IGNIÇÃO
BR PETROBRAS	LUBRAX	BOSCH
IPIRANGA	MOBIL	NGK
SHELL	SHELL	



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



D.MKT | COBRA 2019©

Bom atendimento desde 1987

SAC - Serviço de Atendimento ao Cliente - 0800 16 3333

FAÇA REVISÕES EM SEU
VEÍCULO REGULARMENTE.
WWW.COBRAROLAMENTOS.COM.BR



EXIGÊNCIA DO BLOCO K DO SPED ESTÁ VALENDO DESDE JANEIRO

Versão digital do Livro de Controle de Produção passou a ser obrigatória para mais empresas a partir de 1º de janeiro

A obrigatoriedade de entrega vem sendo escalonada, ano após ano, como forma de facilitar o processo de transição para a maioria das companhias. Assim, em 2017 ele era obrigatório apenas para os estabelecimentos industriais com faturamento igual ou superior a R\$ 300 milhões. Em 2018, passou a ser obrigatório para empresas (divisões do CNAE 10 a 32) com faturamento igual ou superior a 78 milhões. Já para 2019, todas as indústrias, equiparados a indústria e atacadistas, incluindo aquelas com faturamento abaixo dos R\$ 78 milhões, precisam providenciar a inclusão do Bloco K na (EFD ICMS/IPI), ainda que apenas restritos a informar os Registros K200 e K280.

As empresas obrigadas que não entregarem o Bloco K podem ser penalizadas com multa sobre o valor que não foi declarado. A penalidade, nesses casos, é a mesma por não entregar o SPED. Da mesma forma, entregar o SPED sem o Bloco K também será considerada uma ação passível de penalização.

Neste artigo, vamos responder a dúvidas de contabilistas sobre o mais novo preenchimento da Escrituração Fiscal Digital (EFD). Acompanhe:

1. O que é o Bloco K do SPED Fiscal?

É a versão eletrônica e atualizada do Livro Registro Controle de Produção e Estoque. Este bloco foi concebido para ser entregue todos os meses e contera de maneira mais precisa as informações relativas ao estoque e ao processo produtivo da empresa declarante, ainda que parte do processo ou todo ele seja realizado em estabelecimento de terceiros.

2. Quais unidades de medida são

exigidas pelo Bloco K?

A empresa declarante para o preenchimento dos registros vinculados ao Bloco K deverá valer-se da unidade de medida utilizada na quantificação do seu estoque, que por sua vez será aquela que melhor se adequa a seu tipo de mercadoria.

3. Quais são os prazos para adequação?

Esse é um processo que começou em janeiro de 2017, tornando-se obrigatório para as indústrias com faturamento superior a R\$ 300 milhões por ano. As indústrias com receita bruta de até R\$ 78 milhões a adequação começou a vigorar em janeiro de 2018. Por fim, desde 1º de janeiro de 2019, o Bloco K se tornou obrigatório para todas as empresas industriais, atacadistas e equiparados a indústria.

4. Como serão preenchidas as operações produtivas ao mesmo tempo internas e externas?

No bloco K temos registros específicos para informar os processos de industrialização ocorridas na empresa (K230/235) e registros próprios destinados a detalhar a industrialização efetuada por terceiros (K250/K255).

5. E quando a operação for totalmente interna, mas encomendada por outra empresa?

A industrialização encomendada por terceiros e que ocorrerá na empresa deve ser objeto de lançamento no Registro K230/K235. Desta forma a empresa que industrializa, independentemente da origem e do destino do produto transformado, precisa sempre escriturar na EFD as informações do item e todos os dados consequentes dessa operação.

6. Quais são os principais registros do bloco?

- Registro 0200: identificação dos itens — nesse registro são identificados os produtos da empresa (inclusive quando destinado a revenda) ainda não acabados, insumos, subprodutos e demais variedades.
- Registro 0210: consumo padrão de insumos — específico para as indústrias, informa o consumo específico padronizado esperado e a perda normal percentual esperada de um insumo/componente para se produzir uma unidade de produto resultante.
- Registro K100: abertura do Bloco K — o preenchimento se destina ao período de apuração do ICMS e do IPI. Caso a empresa tenha dois períodos dentro do mesmo mês, o maior deles é colocado no registro K100.
- Registro K200: estoque escriturado — aqui, ao final dos demais preenchimentos relacionados a estoque, fica o saldo final das mercadorias e dos insumos (inclusive subprodutos de manufatura) do período apurado.
- Registro K220: movimentação interna de estoque — refere-se à movimentação de produtos e materiais dentro da empresa, desde que não se enquadrem nos registros K230 e K235.
- Registro K230: produção industrial — o registro informa dois números de saldos finais: o quanto há de produtos em processo de industrialização e o quanto a empresa tem de produto já acabado.
- Registro K235: consumo de materiais na industrialização — aqui, deve-se preencher todos os insumos utilizados durante as produções no período de apuração. Além disso, precisam ser vinculados com os produtos acabados e em processo do registro K230.
- Registro K250: produtos industria-



lizados por encomenda — os produtos desenvolvidos por terceiros, encomendados pela empresa, devem constar nesse registro por quantidade.

- Registro K255: insumos dos produtos industrializados por encomenda — vinculados aos produtos encomendados e apontados no registro anterior, os insumos disponibilizados a tais terceiros para industrialização precisam ser informados também.
- Registro K990: encerramento do Bloco K — além de identificar o encerramento do mês de referência, sinaliza quantas linhas de registros existem no bloco.

7. Como são tratadas as filiais?

Nas obrigações do SPED, assim como em softwares contábeis, cada CNPJ corresponde a um estabelecimento. Ou seja, quando há filial, uma empresa tem dois ou mais estabelecimentos e cada um deles deve ter escrituração própria por serem CNPJs distintos. Centralizações de unidades

em torno da matriz só podem ser feitas em casos especiais, como em determinações da EFD referentes a algum estado específico.

8. O que é a ficha técnica?

A ficha técnica constitui o Registro 0210 na EFD (ICMS/IPI). Desde janeiro de 2018, a obrigatoriedade da apresentação deste registro fica a critério de cada Unidade da Federação. A ficha técnica deverá conter a quantidade do insumo para se produzir uma unidade do item/mercadoria assim como o percentual de perda normal ocorrida no processo.

9. Qual será a principal mudança nas empresas como consequência?

Como consequência das novas exigências, os negócios terão de se adequar a uma cultura de excelência no controle e gestão de estoques de produtos e insumos. Toda a movimentação operacional externa e interna deverá ser minuciosamente controlada e registrada, assim como

os meios de industrialização.

Em muitos empreendimentos isso ainda é um problema e em alguns deles nem há tal gerenciamento. Então, além dos departamentos fiscal e contábil, os de compras, vendas, produção, logística e demais não ligados a questões burocráticas terão de ser alinhados. Assim, além de um modelo de gestão eficiente, mais uma melhoria trazida será o completo alinhamento de setores nos gerenciamentos produtivo e logístico. Outra mudança que o Bloco K do SPED Fiscal traz é o aumento da importância de um software de gestão empresarial integrado. Afinal, será impossível manter as atividades da organização e ainda cumprir com tal obrigação fiscal sem uma ferramenta que alie contabilidade, finanças, departamento fiscal e dados dos setores operacionais.

10. Quais empresas estão isentas dessa obrigatoriedade?

As empresas exclusivamente vare-

jistas e as empresas optantes pelo Simples Nacional estão dispensadas dessa obrigação, mas devem se questionar sobre três aspectos:

1. Eu compro de uma empresa que é obrigada a entregar o Bloco K?
2. Eu vendo para uma empresa que é obrigada a entregar o bloco K?
3. Eu forneço para uma empresa que é obrigada a entregar o bloco K?

Se a sua resposta for “sim” a pelo menos uma dessas perguntas, então você precisa de um software de gestão, pois com o advento da EFD (ICMS/IPI) está claro que cada vez mais a Receita Federal assim como as Unidades da Federação utilizarão este sistema como meio de cruzar informações e fiscalizar a distância todas as empresas envolvidas nas diversas operações comerciais.

Ou seja, ainda que o governo não exija, seus clientes e fornecedores passarão a solicitar esses dados para você com maior frequência.

Invista em tecnologia: use um software de gestão contábil.

A chegada do Bloco K para todas as empresas reforça um conceito que você já deveria saber: é cada vez mais imprescindível ter um software de gestão contábil na sua empresa. Já ficou no passado o tempo em que uma companhia conseguia ser competitiva no mercado realizando manualmente todas as tarefas contábeis. Hoje, é uma questão de sobrevivência informatizar esse aspecto do negócio.

Fabiana Zecchin Montanari Marastoni é Advogada, Pós Graduada em Gestão Empresarial pela Faculdade Nove de Julho. Possui anos de experiência tendo atuado na Consultoria IOB/Sage por mais de 15 anos. Atualmente é redatora sênior na IOB/Sage ajudando na elaboração de textos dedicados a facilitar o dia a dia dos departamentos contábeis e fiscais. Especializada em ICMS/IPI e ISS ministra palestras e cursos voltados à área tributária, tendo também escrito diversas obras sobre a matéria.



Luiz Marins
é antropólogo e consultor.
Saiba mais em www.marins.com.br

O QUE EU PENSO SOBRE ISSO?

Nos dias de hoje, com as redes sociais bombando e nos mandando informação a cada segundo e com o quase universal vício de não se desgrudar do smartphone para ver a última postagem, as pessoas têm que tomar um redobrado cuidado para não serem vítimas do “efeito manada” — termo utilizado para descrever situações em que um grupo de indivíduos reage de maneira semelhante, mesmo que de forma irracional, apenas por causa da pressão exercida pelo grupo. Daniel Kahneman, Prêmio Nobel de Economia (2002) e outros psicólogos e economistas comportamentais chamam a atenção para esse efeito manada nos investimentos financeiros, no sucesso ou fracasso de empresas e pessoas e, principalmente, na internet quando retransmitimos e até pos-

tamos informações sem pensar se realmente concordamos com o que estamos enviando. Como bois numa boiada, seguimos o bando sem querer saber para onde estamos indo. Esse “efeito manada” pode ter consequências graves para a nossa vida pessoal e profissional. Será que não estamos sendo levados a agir por impulso, sem tempo para pensar e decidir por nós mesmos? Será que não estamos tomando decisões emocionais, em vez de racionais e nos prejudicando a cada momento? Não podemos nos iludir com falsos líderes que nos colocam na linha de frente da batalha e eles próprios não se comprometem. Temos que tomar cuidado para não sermos levados a pensar e agir pela opinião da imprensa, de blogueiros,

de Youtubers, que pouco conhecemos sua formação e objetivos. Assim, ao recebermos uma informação temos que parar e pensar: o que será que eu realmente penso sobre isso? Qual é a minha opinião? Estou

pensando livremente ou sendo manipulado? O que pode estar por trás disso tudo e que não sei? Devo acreditar? Devo repassar? Pense nisso. Sucesso!

PENSE NISSO:

- Você tem o hábito de ler, com atenção e cuidado, as mensagens que recebe, antes de repassá-las a outras pessoas?
- Você tem o hábito de checar as fontes, isto é, de onde vem e quem escreveu aquela mensagem?
- Você tem o hábito de pensar o que pode estar por trás daquela crítica dura demais em relação a uma pessoa?
- Você tem o hábito de se perguntar: será verdade tudo isso?
- Você tem consciência de que poderá estar cometendo um crime ao repassar notícias falsas sobre alguma pessoa ou empresa?
- Você pensa por você mesmo ou é uma presa fácil para manipuladores?
- Quando recebe alguma mensagem você tem o hábito de se perguntar: O que eu realmente penso sobre isso?

**“NÃO ADIANTA SÓ
QUERER. É TER
ATITUDE, AÇÃO,
ESSE É O
DIFERENCIAL”**

CLAUDIOMAR BRAGA
BALCONISTA DE JAGUARÃO

b. BALCONISTA S/A

UM PROJETO DE:



O balconista de autopeças é mais importante do que você imagina. Uma voz tão relevante precisa ser escutada. E foi. A SK, em parceria com as principais indústrias do mercado, criou o Balconista S/A, uma plataforma de conteúdo que trata o balconista de autopeças como ele é: um homem de negócios. Portal, mídias sociais, newsletter, campanhas e revista bimestral. Canais inteiramente dedicados a revelar o verdadeiro potencial desta profissão.

COM APOIO DE:



Veja conteúdos diários sobre a profissão:
[Facebook/balconistasa](https://www.facebook.com/balconistasa)

O portal do balconista de autopeças:
Balconistasa.com.br

Solicite seu exemplar da revista:
contato@balconistasa.com.br

EMPODERAMENTO FEMININO NO SEGMENTO AUTOMOTIVO

No mês em que se comemora o Dia Internacional da Mulher, reportagem exclusiva do site Novo Varejo entrevista as protagonistas do mercado de reposição



A presença da mulher no mercado de trabalho brasileiro tem conquistado cada vez mais destaque, principalmente nos últimos anos. Segundo dados do Ministério do Trabalho – com base em pesqui-

sas do Cadastro Geral de Emprego e Desemprego (Caged) e da Relação Anual de Informações Sociais (Rais) – em 2007 a participação feminina representava 40,8% do mercado de trabalho formal. Já em 2016, o índice saltou para 44%. Afinal, o mundo está mudando e evoluindo. E o segmento automotivo não poderia deixar de acompanhar essa transformação. Em 8 de março foi celebrado o Dia Internacional da Mulher. Para comemorar, o site do Novo Varejo conversou com diversas protagonistas do setor automotivo e elas deram uma verdadeira aula. Contaram sobre o ambiente profissional, o que significa ser mulher estando inserida em um setor que é predominantemente formado por homens e ainda deram dicas de

como obter sucesso na carreira. Conheça a seguir as profissionais que participaram desta ação e uma prévia do que elas disseram. Leia a reportagem completa no site do Novo Varejo (novovarejo.com.br/dia-internacional-da-mulher-empoderamento-feminino-no-segmento-automotivo/). Se preferir, utilize o QR Code abaixo para acesso direto a matéria por meio de seu smartphone.



O que significa ser mulher estando inserida no segmento automotivo, que é predominantemente formado por homens?

Adriana Samuleswki: Eu já trabalho há uns bons anos no segmento automotivo e gosto muito. Apesar da predominância masculina, me sinto muito à vontade aqui. Independente do segmento em que as mulheres estejam inseridas, é preciso se destacar e conquistar seu espaço.

início eu tinha muita insegurança, por ser mulher, por ter pouca experiência, mas com o tempo fui me desenvolvendo, as pessoas foram me conhecendo melhor e aos poucos fui conquistando meu espaço e o respeito como executiva do segmento. Gosto muito de trabalhar no segmento automotivo, me sinto realizada e parte deste importante setor da economia brasileira.

Amelie Marietto: Acredito que este posicionamento está mudando bastante. Nós, mulheres, somos tão qualificadas quanto os homens e estamos conquistando diversas vitórias em inúmeras áreas, não somente no segmento automotivo.

Bruna Meda: Lembro que há oito anos, quando ingressei no mercado automotivo, uma das perguntas feitas durante minha entrevista foi: "Como você vai lidar com o fato de ser minoria atuando em um segmento predominantemente masculino?". Respondi que realmente seria desafiador, mas seria o momento para enfrentar com postura e desenvolver um perfil profissional, quebrando os paradigmas

Ana Paula Cassorla: Atuo na reposição de autopeças há 25 anos, ou seja, já estou bastante acostumada e ambientada com este segmento onde predomina a participação masculina. Na verdade, quase nem me lembro deste detalhe. No



Adriana Samuleswki



Amelie Marietto



Ana Paula Cassorla



Bruna Meda



Camila Rocha



Christiane Verne



Clarissa Vilasboas



Dirce Boer



Elaine A. França



“REFERÊNCIA EM FIXAÇÃO”

- * Automotiva Especial
- * Rodas e Cardan
- * Geral
- * Ferramentas
- * Armazenagem
- * Produtos Químicos
- * Autopeças

+ de 23.000 itens



MAIORES & MELHORES em distribuição de autopeças

Eleita em 2018 a **Melhor** Distribuidora em Componentes de **Fixação Automotiva**

+ de 7.000 itens de fixação

TELEVENDAS DINPAR
11 2984 6840
VENDAS@DINPAR.COM.BR

DEMAIS ESTADOS
0800 163068
WWW.DINPAR.COM.BR

DINPAR, o seu distribuidor “essencial”



que nosso mercado impõe. Ser mulher no segmento automotivo é isso, mostrar nossa capacidade e competência. A atuação feminina deve ser representada da mesma forma e importância que a masculina.

Camila Rocha: O segmento, de fato, ainda é muito masculino, mas uma mudança de cultura e aceitação nos últimos anos vem possibilitando que cada vez mais as mulheres ganhem destaque e assumam posições estratégicas. Temos como principal desafio a necessidade de provarmos constantemente nosso potencial e qualidade de entrega para que sejamos vistas em pé de igualdade. Entretanto, vale pontuar que a diferença dos gêneros tem uma vantagem, pois, como ambos possuem qualidades distintas, po-

demos mostrar um ponto de vista diferente ao mercado.

Christiane Verne: Significa que preciso levantar cedo todos os dias, deixar meus filhos na escola, correr para o trabalho e fazer o que qualquer profissional faz diariamente. Ou seja, não tem diferença sob o ponto de vista do trabalho. Já tenho mais de 20 anos no segmento automotivo que, sem dúvida, é um ramo predominantemente masculino. E, para estar inserida nele ou em qualquer outro, você precisa conhecer suas nuances e aprender a se posicionar dentro do contexto. Por exemplo, não sei falar de futebol, então nas conversas informais com clientes eles acabam tendo que falar de filhos e família.

Clarissa Vilasboas: Significa que estamos ganhando espaço e nos

inserindo, cada vez mais, de forma digna, nos mais diversos setores da economia. Acompanho o trabalho de mulheres de diferentes áreas dentro do nosso segmento, e fico muito feliz e orgulhosa com a forma com que nosso trabalho tem sido reconhecido e valorizado. Outra questão muito importante, e que vale a pena mencionar, é o aumento da presença feminina em cargos de liderança, apesar de ainda ser uma presença pequena, tem ganhado bastante destaque. Grandes empresas contam com mulheres em cargos importantes como gerente, diretora e até mesmo CEO.

Dirce Boer: Em todos os segmentos ocorreu uma grande mudança de mentalidade em relação às mulheres. Com o automotivo não foi diferente. Atualmente, somos respeitadas em

nossas opiniões e decisões pelo conhecimento que adquirimos e pela contribuição que demos ao longo dos anos para a evolução e o amadurecimento deste segmento. Os homens souberem compreender e passaram a acreditar na capacidade das mulheres de entender o mercado, criar novas estratégias e, até, de estarem à frente dos negócios, inclusive como mecânicas profissionais.

Elaine Aparecida França: Significa igualdade de gêneros! Adoro trabalhar nesse segmento. Quando comecei há 16 anos, éramos poucas mulheres. Aprendi muito com os homens que convivi e agradeço a cada um pela paciência de terem me ensinado já que nosso setor é muito técnico.

Você já sentiu alguma manifestação de machismo no ramo profissional? Se sim, como lidou com isso?

Fernanda Giacon: Sim, principalmente quando discutimos a parte técnica dos produtos, não é difícil participar de discussões sobre a aplicação de um produto ou em uma palestra técnica e quando a mulher entra na conversa, os homens tentam “traduzir” as informações. Quando isso acontece, é importante mostrar que você já está familiarizada com aquele assunto e contribuir com a experiência que possui.

Fernanda Rodrigues: Sim! Normalmente nos desafiam com perguntas capciosas, porém, com a resposta certa, superamos e provamos o contrário de tudo isso!

Gisele Chiodi: Nunca precisei lidar com alguma situação de machismo e acredito que isso se deve por sempre ter trabalhado com profissionais que me respeitam, não por ser mulher, mas

sim pela minha competência e postura no ambiente de trabalho. Na KS temos um ambiente muito sadio, de parceria e respeito, independente de gêneros.

Jane de Castro: Ah sim! Muitas vezes. Logo que iniciei no segmento, há 15 anos, o preconceito era imensamente maior, já chorei algumas vezes como acredito que muitas colegas do segmento também, ou por brincadeiras indelicadas, ou por ser julgada como não entendedora do assunto e tudo mais... o que pude fazer no momento foi respirar fundo, responder com mais entusiasmo, passando na verdade o know how que tinha e tenho, cortar sutilmente brincadeiras indesejadas e seguir em frente! Hoje posso dizer que consegui adquirir o respeito que tanto galguei lá atrás.



Fernanda Giacon



Fernanda Rodrigues



Gisele Chiodi



Jane de Castro



Michele E. Aveiro



Marcia B. Carinhana



Mônica Cassaro



Nathália Amorim

25 ANOS

NOVO varejo,

291 EDIÇÕES PUBLICADAS E DISTRIBUÍDAS PELO PAÍS



MAIS DE 235 MILHÕES DE PÁGINAS DE ANÚNCIOS VEICULADAS E AUDITADAS



MAIS DE 10 MIL MATÉRIAS ESCRITAS



MAIS DE 400 MILHÕES DE PÁGINAS IMPRESSAS



MAIS DE 95 MIL LEITORES MENSAIS



MAIS DE 50 PESQUISAS DO SEGMENTO AUTOMOTIVO CONCLUÍDAS



MAIS DE 14 MIL SEGUIDORES NA PÁGINA OFICIAL DO FACEBOOK



MAIS DE 50 MIL VISUALIZAÇÕES NO SITE SÓ EM 2018



25 anos DE UMA SÓ HISTÓRIA. A NOSSA.

Marcia Helena Bonfim Carinhana: Não tive esta experiência.

Michele Ehret de Aveiro: Sim... mas, felizmente, é uma minoria que ainda acredita que mulheres não são capazes de trabalhar no setor. A melhor maneira de lidar com isso é não valorizar atitudes como essa e fazer nosso trabalho

da melhor forma possível. Não precisamos trabalhar bem para provar algo aos outros, mas sim porque é o que se espera de bons profissionais.

Mônica Cassaro: Faz muito tempo e restrita a algumas regiões. Respondi apresentando meus currículos escolar e profissional. Simples assim.

Nathália Amorim: Por ser responsável por toda a América do Sul, vejo que não é uma exclusividade do Brasil; presenciemos, mesmo que raramente, algumas desconfianças, principalmente quando o assunto é técnico. Mais uma vez, vemos a importância do preparo em qualquer área de atuação.

Quando você tem propriedade no assunto, qualquer desconfiança acaba. Então, se vamos atuar em uma área que, independentemente de gênero, exige conhecimento mais técnico e profundo sobre os nossos produtos e serviços, o preparo é fundamental.



Patrícia Bilisário



Paula Skoretzky



Sabrina Carbone



Simone C. Gonçalves



Simone de Azevedo



Simone M. Queiroz



Talita Forte



Thuanney S. Castro



Corina Caputto e Alessandra Caputto

e a experiência que você adquire. A partir disso, todos vão te respeitar pela profissional que você é, seja você homem ou mulher.

Sabrina Carbone: Estudem, ganhem muito conhecimento, saibam defender suas ideias com empatia e sabedoria. Um bom profissional será sempre respeitado por mulheres e por homens. Lembrem-se sempre que, no final, todos querem chegar ao resultado. No nosso mercado não é diferente e, aos poucos, os homens estão se acostumando com a nossa presença e também se adaptando à forma diferente que a mulher tem de trabalhar. Temos muito para contribuir.

Simone de Azevedo: Um conselho que eu dou, não só para minhas colegas de profissão, mas de modo geral para as pessoas que querem ter sucesso profissional é se posicionarem cada vez mais em suas carreiras, não deixem nunca de estudar, não deixem nunca de aprender. E aprender é mudar, se você não mudar sua atitude, não melhorar, você não aprendeu, só teve conhecimento, mas não utilizou. Então leia bons livros, esteja com pessoas melhores que você em todos os sentidos, para você subir sempre um degrau. Pense positivo, pense coisas boas, se conecte com tudo que há de melhor, pois isso te leva a um

caminho, com certeza, de sucesso e, como eu sempre digo: da entrega do extraordinário! Fazer o seu melhor tem que ser por prazer e a gente só faz nosso melhor por prazer, quando a gente tem amor e conexão com a vida profissional que a gente escolheu. Nunca deixe de aprender, treine até se tornar o melhor!

Simone Cássia Gonçalves: Saliento a importância de estar preparada para as mudanças e quebra de paradigmas. No Grupo Real atendemos demandas dos nossos clientes oferecendo treinamentos técnicos comerciais específicos com informações sobre peças automotivas e dicas de vendas para o público feminino que compõem a força de trabalho destas empresas. É essencial se qualificar e se capacitar para desenvolver da melhor maneira o seu trabalho, com foco nas pessoas e nos resultados. A partir desses resultados todos acabam percebendo que, independente de ser homem ou mulher, o que importa é estar focado em entregar o seu melhor. Ressalto ainda a importância de se manter firme perante os desafios que surgirão, os obstáculos são grandes, as barreiras de entrada ainda existem, mas não há nada que uma mulher determinada não consiga superar.

Que conselho você daria para suas colegas de profissão do meio automotivo?

Patrícia Bilisário: Meninas, é uma aventura trabalhar neste segmento, não se deixem abater por nenhuma dificuldade. Sei que os desafios são diários, mas não é o gênero que determina a capacidade e a competência de uma pessoa. Assim como aprendemos muito com os profissionais homens do segmento, tenho certeza de que eles também

reconhecem a nossa contribuição para este mercado e não pretendem perdê-la. Contem comigo.

Paula Skoretzky: Como em qualquer outra profissão, os desafios existem, mas nossa postura diante do mercado tem que ser sempre de segurança. Se você gosta do que faz, tudo flui naturalmente, inclusive o conhecimento



Bomba de Combustível

Testadas e aprovadas pelo INMETRO, nossas bombas garantem a qualidade necessária para um excelente desempenho de seu veículo



0800 724 5011
vetorauto.com.br



Simone Minhoto Queiroz: Foquem no profissional, não se sintam menores do que ninguém. Denunciem se acharem que algo passou dos limites! Nada deve constrangê-las num ambiente profissional, nem sexualmente e nem moralmente! Todos somos iguais, respeito acima de tudo! Qualquer mercado é mercado para uma MULHER!

Talita Forte: O caminho que nós, mulheres, ainda devemos percor-

rer dentro do meio automotivo é árduo, mas vamos continuar mostrando que somos capazes, enfrentando os desafios diários de nossa rotina. E cada mulher com sua história de vida será nossa inspiração.

Thuanney dos Santos de Castro: Cultive relacionamentos e conexões – o ambiente de trabalho é formado por setores, dentro desses setores temos pessoas com quem vamos conviver du-

rante muito tempo e muitas horas do dia, é fundamental nutrir essas conexões, troca de experiências, alinhamento de metas, necessidades da empresa. Todos juntos alinhados o objetivo fica mais claro. E busque aprimorar a sua formação. O desafio profissional nunca acaba, as empresas querem profissionais antenados as novidades do mercado. Não deixe de ler notícias do setor, fique alinhado com as

novidades e tecnologias que estão por vir.

Corina Caputto / Alessandra Baez Caputto: O conselho é que elas estejam sempre antenadas com relação às novidades do setor e às novas tecnologias. Também é fortemente necessário buscar a melhor qualidade sempre. Além disso, é muito importante a colaboração e o respeito no dia a dia para que tudo se encaminhe da melhor forma.

ARTIGO

DIMINUI A DESIGUALDADE DE REMUNERAÇÃO ENTRE MULHERES E HOMENS

Salário médio delas sobe 4,4% em quatro anos; o deles cresce 0,9%; mulheres passaram a ganhar 85,1% dos salários dos homens; em 2013 este índice era de 82,3%

No mês em que se comemora o Dia Internacional da Mulher, o Ministério da Economia destaca uma boa notícia: a desigualdade de remuneração no mercado de trabalho entre mulheres e homens tem caído nos últimos anos, aponta o Relatório Anual de Informações Sociais (Rais) da Secretaria Especial de Previdência e Trabalho da pasta. Entre 2013 e 2017, o salário médio das mulheres cresceu 4,4%, enquanto o dos homens teve alta de 0,9% no período. Com isso, elas passaram a receber, em média, 85,1% dos salários deles em 2017 – em 2013, este número era de 82,3%.

“Os dados nos mostram uma tendência de redução das desigualdades entre homens e mulheres no mercado de trabalho, mas ainda há diversos desafios a serem superados, especialmente no

que se refere à maior igualdade salarial e ao acesso a cargos de direção”, destaca a coordenadora do Observatório Nacional do Mercado de Trabalho, Mariana Eugenio Almeida.

O número de mulheres no mercado de trabalho também tem aumentado. Só em 2018, foram mais de 202 mil novos postos de empregos para elas, de acordo com dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged). O crescimento foi registrado em todas as faixas etárias, em especial para aquelas com mais de 30 anos.

Escolaridade – Segundo a Rais, as mulheres são maioria entre os que possuem ensino superior completo no mercado de trabalho. Elas representavam 58,9% de dos profissionais empregados com

esse nível de ensino em 2017. Considerando apenas as mulheres empregadas no período, 29,7% tinham superior completo. Entre os homens, esse percentual foi de 16,3%.

Apesar de serem mais escolarizadas, as mulheres ainda ganham menos que os homens, com maior diferença nas faixas de maior escolaridade. A remuneração média das mulheres com ensino superior completo era de R\$ 4.949,14 em 2017, enquanto a dos homens era de R\$ 7.678,53 no mesmo ano.

Onde as mulheres estão – As maiores taxas de participação feminina estão em atividades relacionadas à saúde (76,6%), ensino (62,6%), indústria têxtil (61,8%) e na administração pública (58,5%). O emprego feminino ainda se concentra em setores e ocupa-

ções específicas, mas destaca-se o crescimento de 1,5% na taxa de participação feminina no setor da construção civil.

Regiões - A taxa de participação das mulheres é maior na região Sul, onde elas representam 45,7% do mercado de trabalho. Em seguida, aparecem as regiões Sudeste (44%), Nordeste (43,9%), Norte (43,6%) e Centro-Oeste (41,1%).

Os maiores crescimentos nas taxas de participação feminina nos últimos cinco anos foram observados nos estados do Amapá (3,6%), Alagoas (3,2%) e Piauí (2,8%). No Sudeste e no Sul, a desigualdade salarial entre homens e mulheres é maior, uma vez que mulheres ganham, em média, 81,5% e 84,3% do salário dos homens, respectivamente.

SE SURPREENDA NA
AUTOMEC
2019
Visite nosso Stand G171

EM CADA MARCA,
UM MUNDO DE SOLUÇÕES!

Faça revisões em seu veículo regularmente.

MAIS FORÇA NOS ESTADOS

Ranieri Leitão responde este mês a questões relativas a descentralização e empoderamento das representações regionais do varejo

Descentralização de liderança e empoderamento das representações nos estados brasileiros. Essa é, segundo o presidente do Sincopeças Brasil, Ranieri Leitão, a política de trabalho da entidade nacional do varejo de autopeças. Tal diretriz foi utilizada por Leitão para responder os questionamentos apresentados nesta edição pelos empresários Marcelo Gian, da paulistana Gian Autopeças, e Heber Carvalho, da Said Autopeças de Ribeirão Preto (SP), a respeito da atuação do Sincopeças Brasil quanto aos serviços e programas de capacitação oferecidos pela entidade ao varejo de autopeças e seus funcionários.

Ranieri Leitão destacou ainda as parcerias regionais firmadas pelo Sincopeças junto a órgãos como Senac e Sebrae na promoção de ações e programas visando à melhoria do varejo nos âmbitos da gestão e da capacitação profissional.

O modelo, incentivado pelo presidente nacional do Sincopeças, faz sentido se considerarmos o caráter singular do mercado de reposição nas diferentes regiões do país.

No Ceará, por exemplo – estado em que Leitão acumula a função de presidente estadual do Sincopeças – a entidade realiza um trabalho de formação de redes de

cooperação entre as empresas com a proposta de fortalecer seu poder de negociação junto aos distribuidores e à indústria como um todo. A mesma lógica, porém, ainda está longe de representar um consenso quanto a sua aplicação em estados da região sudeste, por exemplo.

Diferenças como essas no que se refere ao modelo de negócio e as necessidades específicas de cada uma das regiões do país sugerem uma razoabilidade da descentralização das ações e programas para as unidades federativas, a fim de que atendam demandas da comunidade empresarial das diversas localidades.

Leia a seguir a interação entre os empresários varejistas e o presidente do Sincopeças Brasil e envie você também sua pergunta, dúvida ou sugestão para a redação do Novo Varejo pelo e-mail jornalismo@novomeio.com.br

Marcelo Gian - Gian Autopeças, de São Paulo (SP)

Quais serviços o Sincopeças Brasil disponibiliza atualmente ao setor varejista de autopeças?

Ranieri Leitão - O que eu acredito é que o Sincopeças de cada estado tenha a responsabilidade de implementar ações que possam promover melho-



Ranieri Leitão é presidente do Sincopeças-BR

rias para os varejistas no dia a dia; então, as soluções e serviços variam de local para local.

Nós, como Sincopeças Brasil, pensamos macro. Ou seja, de que forma nós vamos promover o fortalecimento do varejo no país por meio, por exemplo, de uma tentativa de influência junto ao Congresso Nacional e da abertura de canais de parcerias com órgãos como Senac e Sebrae.

Gian, o que sugiro é que seja procurado o Sincopeças do seu estado, particularmente o Sincopeças de São Paulo tem parcerias excelentes.

Heber Carvalho - Said Autopeças, de Ribeirão Preto (SP)

Existe algum projeto ou parceria na educação continuada

para as empresas de comércio e oficinas mecânicas para o desenvolvimento profissional dos funcionários?

Ranieri Leitão - Da mesma forma, os Sincopeças de cada estado, em parceria com o Sebrae o Senac, disponibilizam muitas ações de qualificação para esses profissionais – tanto de lojas autopeças, quanto de oficinas.

Aqui no Ceará, por exemplo, temos uma ampla parceria com o Sebrae que fortalece o setor tanto na gestão das empresas, quanto na qualificação de seus recursos humanos.

Então sugiro que você procure o Sincopeças São Paulo, pois tenho certeza que eles têm parcerias com essas instituições visando ao treinamento e ao desenvolvimento dos profissionais do setor.

VETOR
AUTOMOTIVOS

VENHA NOS VISITAR NA
AUTOMECC
14ª FEIRA INTERNACIONAL DE AUTOPEÇAS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS
SÃO PAULO EXPO - Stand B130 DE 23 A 27 DE ABRIL



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.

GRUPO VETOR
VETOR AUTOMOTIVOS TESLLA E-KLASS



0800 724 5011
vetorauto.com.br



25 ANOS ANTECIPANDO TENDÊNCIAS E PRESTANDO SERVIÇOS

Retrospectiva resgata em 12 edições os principais fatos que marcaram a trajetória do Novo Varejo e da Editora Novo Meio

1996

A prestação de serviço fez parte da proposta editorial do Novo Varejo desde o início. Ao completar dois anos, em fevereiro de 1996, o jornal inaugurou uma seção dedicada à informatização do varejo, uma necessidade urgente já naquela época.

Em abril, um dos destaques da edição era uma reportagem sobre o futuro dos representantes comerciais, profissionais que experimentaríamos ao longo dos próximos anos importantes transformações para se adequar a uma nova realidade de mercado.

A edição de junho trazia uma im-

portante novidade tanto para o jornal quanto para seus anunciantes e leitores. A partir daquele mês, o Novo Varejo passava a ser auditado pelo IVC – Instituto Verificador de Circulação, entidade que até hoje garante a tiragem e a distribuição do jornal, o maior e mais tradicional do Brasil no segmento do varejo de autopeças.

Sempre atento às tendências do mercado, o Novo Varejo trouxe em sua edição de setembro uma reportagem sobre o uso da internet como ferramenta de compra e venda de autopeças. Naquele momento, a rede mundial de computadores ainda dava os primeiros passos no Brasil e estava

distante da rotina da maior parte das empresas do mercado de reposição. Para fechar o ano com chave de ouro, o Novo Varejo – que na oportunidade ainda se chamava Peça Ofertas – anunciava em sua edição de novembro a realização do primeiro grande estudo idealizado com o objetivo de apurar a opinião dos varejistas em relação a seus fornecedores e prestar assim um serviço inédito ao mercado: nascia a pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças. Os resultados seriam divulgados na edição de dezembro. No primeiro estudo realizado pelo Novo Varejo, Barros e DPK se alternaram na liderança



dos quesitos de avaliação, todos eles relacionados à prestação de serviços. Na classificação geral, a DPK sagrava-se vencedora da pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças 1996.

1997

O ano de 1997 foi inaugurado em clima de incertezas. As indústrias de autopeças brasileiras sofriam com a concorrência dos produtos importados e não acompanhavam a expansão de faturamento das montadoras. Na ponta, varejos e oficinas começavam a experimentar com mais força um processo de depuração e enxugamento do número de empresas.

Para comemorar seu terceiro ano de vida, o Novo Varejo trazia em fevereiro uma reportagem especial com todas as empresas que se destacaram na primeira pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças, que revelavam pela primeira vez as es-

tratégias que motivaram o reconhecimento por parte dos varejistas. Em abril, o jornal apresentava a cobertura completa da cerimônia de premiação da pesquisa, que reuniu as principais lideranças do aftermarket automotivo brasileiro e se tornaria mais tarde o mais importante evento do setor.

Um dos temas sempre presentes no dia a dia do varejo de autopeças já era notícia em 1997 e receberia destaque na edição de junho do Novo Varejo. A reportagem de capa “Rebelião na cadeia” analisava a tendência de flexibilização da cadeia de negócios do setor, com maior interação entre os elos – tendência que hoje parece estar consolidada.

Mantendo seu compromisso com a inovação, o Novo Varejo se tornava em agosto de 1997 a primeira publicação do setor presente na internet ao inaugurar naquele mês o site oficial do jornal. E, mais do que isso: a ferramenta disponibilizava aos leitores um pacote de serviços e 10 horas de acesso gratuito para que os lojistas pudessem experimentar a mídia do futuro.

Outra tendência de mercado receberia destaque em setembro: a formação de redes no varejo, uma estratégia ainda hoje em fase de consolidação e que vem sendo acompanhada com atenção pela reportagem do Novo Varejo desde o surgimento das primeiras iniciativas no Brasil. Encerrando o ano, trazíamos os resul-



tados da segunda pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças, que passava apurar também as empresas que mais se destacavam na segmentação por produtos. O maior número de quesitos foi vencido pela Sama.

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



AUTOMECC 2019 APOSTA EM EXPERIÊNCIAS PARA ENVOLVIMENTO E CAPACITAÇÃO DOS VISITANTES

Feira contará com área de 1.000 m² totalmente voltada à imersão do público no universo da reposição e reparação automotiva: a AUTOMECC EXPERIENCE

Em 2019, a AUTOMECC, maior feira do setor de reposição e reparação para veículos leves, pesados e comerciais da América Latina, tem como objetivo superar todas as expectativas. Para isso, além de reunir, entre os dias 23 e 27 de abril, no São Paulo Expo, expositores de mais de 1500 marcas nacionais e internacionais, a 14ª edição da feira investe pesado na programação de atividades práticas e de disseminação de conteúdo, com uma área de 1.000 m² totalmente voltada à interatividade: a AUTOMECC EXPERIENCE.

Essa área do evento apresentará aos visitantes uma série de ações, segmentadas em 7 pilares estratégicos, que proporcionarão completa imersão no universo da reposição e reparação automotiva. As atividades contarão com o patrocínio de marcas como Henkel, Motul, Wipac e Walter, Orange, KYB, AkzoNobel, AWL, entre outras, além do apoio de instituições como Senai, Simepetro (Sindicato Interstadual das Indústrias Misturadoras e Envasilhadoras de Produtos Derivados de Petróleo), Abrafiltros (Associação das Empre-

sas de Filtros) e IQA (Instituto da Qualidade Automotiva). Confira a lista:

• **Oficina de Leves:** Tecnologia e produtos de ponta para manutenção e reparação de veículos leves.

• **Oficina do Futuro:** Apresentará inovações, tendências e tecnologias do mercado, como a reparação de veículos elétricos e híbridos.

• **Oficina de Personalização:** Comandada pelo famoso customizador de carros Batinha, trará à feira uma oficina referência em personalização, com os mais modernos equipamentos e técnicas exclusivas.

• **Oficina de Colisão:** Tudo em relação à funilaria, pintura e acabamentos, revelando novas técnicas e equipamentos. Entre as atividades, será realizado o Especial Batidas, com a reparação rápida de veículos com lataria danificada.

• **Oficina de Pesados:** Mostrará uma oficina referência, com os equipamentos mais modernos do mercado e uma linha de produtos exclusivos.

• **Oficina de Motos:** Terá foco em customização, montagem e desmontagem de



motocicletas, além de demonstração de uma linha de produtos exclusivos.

• **Arena de Conteúdo e Capacitação:** Nessa área, os visitantes terão orientações sobre aplicação de novos métodos, poderão participar de palestras e treinamentos, além de realizar capacitações com especialistas de renomadas empresas e instituições do setor. Serão conferidos certificados aos participantes.

Nesse contexto de interação e aprendizado, a AUTOMECC EXPERIENCE contará também com atividades de entretenimento na área externa do evento, um momento de distração e diversão para os visitantes que em sua maioria vêm de fora da cidade.

"A AUTOMECC EXPERIENCE é um con-

ceito totalmente novo. Já tivemos atividades práticas nas edições anteriores, mas esta é uma evolução, um outro nível. São atividades pensadas e cuidadosamente preparadas para envolver o visitante em um mix de sensações. Entretenimento, conhecimento, troca, interação e, claro, o aprendizado sobre como trazer o que ele vê e testa na feira para o dia a dia de trabalho", comenta Júlio Romaneli, gerente de produto da Automecc. O acesso à área de experiências será gratuito aos profissionais do setor que previamente se credenciarem para a 14ª edição da AUTOMECC. Não serão necessárias inscrições para participação das atividades. A programação completa da feira pode ser conferida no site: www.automeccfeira.com.br

SOBRE A AUTOMECC

A AUTOMECC (Feira Internacional de Autopeças, Equipamentos e Serviços) está na sua 14ª edição. É uma feira de negócios realizada a cada dois anos desde 1993, palco de grandes lançamentos e negociações do setor. O evento é a principal plataforma de divulgação da América Latina para a indústria da reposi-

ção automotiva, proporcionando aos distribuidores, lojistas, atacadistas, varejistas e oficinas o contato direto com representantes da indústria. Em 2019, a AUTOMECC espera reunir mais de 1.500 marcas nacionais e internacionais, mais de 75 mil visitantes e 62 países participantes. A entrada é gratuita e exclusiva para profissionais do setor pré-credenciados pelo site: www.automeccfeira.com.br

SERVIÇO

Evento: Automecc 2019 – 14ª Feira Internacional de Autopeças, Equipamentos e Serviços

Data: 23 a 27 de abril de 2019

Horário: das 13h às 21h (terça à sexta-feira) / das 9h às 17h (sábado)

Local: São Paulo Expo Exhibition & Convention Center

Endereço: Rod. dos Imigrantes, km 1,5 – V. Água Funda

Informações: www.automeccfeira.com.br

AUTOMECC

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 Automecc 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



AUTOMECC
A PEÇA-CHAVE
PARA SEUS NEGÓCIOS

f /FEIRA AUTOMECC

Apoio:



Co-Apoio:



Organização e Promoção:



CLIENTES FIDELIZADOS AGEM COMO ‘MICROINFLUENCIADORES’ EM FAVOR DA EMPRESA

Atendimento humanizado é chave na criação desse círculo virtuoso

No mundo do marketing digital, a maioria das empresas já percebeu que múltiplas indicações feitas por pequenos influenciadores – com até 10 mil seguidores no Instagram, por exemplo – são mais efetivas do que uma grande indicação feita por uma celebridade seguida por mais de um milhão de pessoas.

Isso acontece pelo fato desses influenciadores de menor porte possuírem uma relação mais estreita com seu público, de modo que este se torna mais suscetível a tomar aquela indicação como um ‘conselho amigo’ e não apenas mais uma propaganda. Fazendo um exercício de tradução desse cenário das mídias sociais para o mundo dos varejos físicos que não necessariamente possuem uma atividade digital consolidada, o caminho natural é presumirmos que também para eles a utilização de propagandas com aparência institucional seria menos eficiente do que ‘micropropagandas orgânicas’, em forma de divulga-

ção e aconselhamento espontâneo. Suponhamos, no entanto, que uma determinada loja de autopeças, por exemplo, não tenha orçamento ou simplesmente não veja como prioridade o gasto na contratação de microinfluenciadores digitais para difundir seu trabalho de maneira menos institucional.

Qual seria o caminho a seguir nesse cenário? A resposta está em uma palavra que há muito tempo representa papel chave em varejos de sucesso sejam quais forem seus segmentos de atuação: fidelização.

De acordo com a ‘Rockcontent’, empresa especializada em posicionamento de marcas por meio do marketing de conteúdo e consultoria e que tem como clientes grandes empresas como a TOTVS, a Locaweb, a Positivo e a Oi, um dos principais benefícios trazidos pela fidelização do cliente está justamente no papel que esse indivíduo desempenhará no marketing espontâneo da empresa.



“Um cliente fiel não recomenda seu produto favorito pensando em receber algo em troca, faz isso simplesmente com o hábito, uma forma de compartilhar algo de valor que encontrou e pode ajudar outros”, afirma Daniel Moraes, redator da Rockcontent. “Isso é fantástico para qualquer marca ou empresa, pois ela recebe indicações espontâneas e empolgadas a todo tempo, muitas vezes em mo-

mentos em que ela nunca seria capaz de se infiltrar com sucesso, como um churrasco de família”. Investir na fidelização de clientes, portanto, além de garantir a base de sustentação financeira do varejo ao oferecer certa previsibilidade de receitas periódicas, é uma importante ferramenta no processo de expansão de seu alcance e consequente ampliação de seu portfólio de clientes.

ou com a melhor experiência”.

O melhor caminho para fidelizar a partir do atendimento é enfatizar a relação sujeito-sujeito criando um ambiente em que vendedores estão dispostos a atender de maneira

desarmada e ter ouvidos abertos para compreender e reagir com proatividade e disposição à resposta da pergunta que é indispensável em todo atendimento: ‘como posso te ajudar?’.

Destacado por Amato, o ‘Mundo Vuca’ utiliza as iniciais de palavras em inglês para se referir a um ambiente social recheado de volatilidade, incertezas, complexidade e ambiguidade:

V (Volatility) – Volatilidade que representa o volume e a velocidade das mudanças;

U (Uncertainty) – Incertezas num mundo difícil de prever, apesar da quantidade de informações, pois as soluções de hoje não serão aplicáveis ao futuro.

C (Complexity) – Complexidade ocasionada pela conectividade e a interdependência dos fatores. Não sendo possível prever os resultados de ações isoladas, pois elas fazem parte de um sistema complexo.

A (Ambiguity) – Ambiguidade. Um mundo cheio de variadas interpretações devido aos impactos das transformações.

O PAPEL DO BALCONISTA NA FIDELIZAÇÃO

Linha de frente no contato da empresa com o cliente, os balconistas carregam grande responsabilidade para uma relação de conforto, confiança e cordialidade do negócio e seus consumidores. Sabendo disso, as empresas dos setores de comércio e serviços têm munido seus funcionários com uma gama de informações sobre os clientes já antes do primeiro contato – graças, especialmente, aos softwares de gestão de dados e análise de perfis. Tais elementos facilitariam o trabalho dos profissionais de vendas tanto no momento da abordagem quanto na hora de sugerir ofertas, descontos e promoções. Apesar dessas facilidades, o psicó-

logo e vice-presidente de Eventos e Relações com a Comunidade da Associação Paulista de Recursos Humanos e Gestores de Pessoas, Luciano Amato, afirma que a consolidação do modelo ‘VUCA’ exige dos profissionais um uso pleno de suas capacidades ‘humanitárias’, a fim de que possam se adaptar rapidamente a um consumidor que, por viver em constante mudança, pode não ser hoje o que os dados apontavam na semana passada. “Até pouco tempo eram comuns fórmulas mirabolantes para fidelizar o cliente. Hoje não é mais possível. É preciso buscar constantemente formas de encantar o cliente, seja oferecendo produtos com as qualidades e características que ele deseja

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

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



Baixe nosso catálogo especial da nova linha de pinças no site: 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



OS ARTISTAS



Olá amigos! Dando sequência a nossa série de artigos falando sobre as 4 personalidades do vendedor, hoje iremos abordar a personalidade Artista.

No último artigo, falamos sobre os Exploradores, cujo foco está no externo, isto é, no cliente e não na venda em si. E os artistas? Como será essa personalidade? É o que vamos descobrir agora!

Todo artista, de modo geral, é aquela pessoa que se envolve com a produção de arte, na criatividade. Segundo o dicionário online, artista é um adjetivo de dois gêneros que significa talentoso, hábil e engenhoso. Mas e o que isso tem a ver com vendas?

Todo vendedor, precisa usar de seu talento, suas habilidades para vender. É transformar o seu produto/serviço em algo que o cliente se encante. O vendedor artista é aquele que transforma as informações em vendas!

Como podemos fazer isso? Vamos recordar que o vendedor explorador levantou diversas informações sobre o seu cliente e a demanda em si. Portanto, o vendedor artista deve:

- Analisar as informações que o explorador levantou;
- Planejar como elas poderão ser aproveitadas;
- Planejar ações de divulgação nas oportunidades encontradas.

Tal qual o artista em cena precisa de um palco para encantar seu público, o vendedor artista também precisa do seu. Todo artista se inspira em algo ou alguém, assim como é fonte de inspiração para outras pessoas. Qual a relação disso com vendas? Nesse caso, vamos utilizar alguns "Ps" do marketing para ilustrar melhor:

O vendedor artista precisa entender o seu objetivo, qual o seu Produto. Nenhum artista se apresenta sem ter seu objetivo definido. Seja ele sensibilizar, encantar ou passar uma mensagem. Assim, o vendedor artista, precisa conhecer bem o seu objetivo, nesse caso o seu Produto (ou serviço). Aqui, temos o primeiro P do marketing. Ele também precisa identificar qual o seu Público, para quem se destina sua venda? Lembrando que o vendedor explorador tem seu foco

voltado para este P. E como todo artista que se preze, ele encanta o público, e seu objetivo é concluído quando esse público enxerga a "arte" em seu trabalho, traduzindo isso para vendas, significa que o seu cliente enxerga o valor naquilo que você vende, portanto Preço e Promoção, para ele, são a mesma coisa. Quando se percebe valor naquilo que estamos comprando, o preço cobrado pode ser percebido como uma verdadeira promoção. Isso é mérito do vendedor artista, que encantou, com seu talento, o seu público, seu cliente.

voltado para este P.

O vendedor artista é aquele que visa expandir, que quer e precisa ir além. E como ele pode fazer isso? Conhecendo e identificando:

- Onde eu NÃO sou forte? Por que não sou?

• Onde sou forte? Por que sou?

• Vendo em todas as esferas possíveis ao meu negócio, ao meu escopo de trabalho?

O que fará que tenhamos a clareza e as respostas para essas questões são as nossas metas. Por isso, é importante para o vendedor artista ter seu objetivo de vendas (metas) bem definidas. Até aqui, meus amigos, vimos que se nosso foco for nosso cliente, e soubermos explorar bem as informações que eles nos passam (vendedor explorador), conseguiremos analisar e traçar um plano eficaz de vendas, encantando nosso cliente (vendedor artista), para que ele, o cliente, se sinta o verdadeiro protagonista do nosso grandioso espetáculo das vendas.

Boas vendas e até a próxima!

EXERCÍCIO:

Pesquisa na internet quadros de artistas conceituados e conceituados, como por exemplo:

Obra: O vendedor de frutas
Autor: Tarsila do Amaral
Ano: 1925

Obra: Three Musicians
Autor: Pablo Picasso
Ano: 1921

Obra: Starry Night
Autor: Vincent van Gogh
Ano: 1889

Seja um vendedor artista e descreva a obra, utilizando sua criatividade, assim como você pode fazer com seus clientes.

S.Y.L.
PASTILHAS DE FREIO

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

NAKATA®

flag

Trânsito seguro: eu faço a diferença.

SUA MARCA
SEU JEITO 

Sua digital é única. Seu negócio também. E mais ainda, o seu jeito de ser, fazer, resolver e cuidar bem de seus clientes. Por isso, a Nakata trabalha e investe para atender você cada vez melhor, como só ela sabe. Esse é o nosso jeito de valorizar você.

nakata.com.br

0800 707 80 22

TUDO AZUL. TUDO NAKATA.

nakata digital_



NAKATA®