



O futuro é já hoje

Que desafios a logística inversa trará ao negócio das peças? Que rumo o aftermarket está a seguir? Que novos players estão a chegar a este negócio? Estas e outras questões sobre o futuro do negócio oficial e de peças foram abordados em Braga, numa excelente conferência organizada pela ACM.

(TEXTO PAULO HOMEM)

A final o futuro é já hoje. O mundo está a mudar a um ritmo incrível e muitas dessas alterações vão obviamente acontecer no negócio automóvel, com fortes implicações no negócio das oficinas e dos retalhistas e grossistas de peças. O primeiro tema teve a ver com as "Novas Tendências de Consumo / Novos Clientes", apresentado por Jorge Cancellata de Abreu, da Team-up, que realçou a questão geracional como muito importante para o futuro desenvolvimento das empresas. Aqueles que consideram ser os atuais clientes, para os quais os produtos atuais foram desenhados, irão dentro de 12 anos ser substituídos por novos clientes, de uma nova geração que adquire produtos através de múltiplos canais. Trata-se de uma geração que é, acima de tudo, fiel ao trabalho que se executa e não tanto ao patrão, que comunica utilizando cada vez mais as novas tecnologias. Tudo isto, no

entender de Jorge Cancellata de Abreu, está a mudar radicalmente "a forma de motivar as pessoas pois são novos consumidores, com outras formas de se relacionar, que assumem um risco maior, são muito independentes, reagem mal às críticas e querem feedback instantâneo". Perceber a geração que estará no ativo na próxima década é por isso fundamental também para as empresas do ramo do Pós-Venda, que terão que utilizar outras formas de comercializar os seus produtos e serviços, como terão que encontrar novas formas de se relacionar com os seus próprios recursos humanos. Basta perceber que o telefone fixo demorou 38 anos a atingir os 50 milhões de utilizadores e que o sistema Android nos telemóveis demorou apenas um ano para atingir o mesmo número de utilizadores. No final, Jorge Cancellata de Abreu deixou uma mensagem: "Mudar é um risco, não mudar é fatal".

VEÍCULOS COMUNICANTES

Uma viatura atual gera informação equivalente a cerca de 20 computadores pessoais, isto é, cerca de 25 GB por hora, o que se torna um processo relativamente complicado de gerir. Tudo isto tem a ver com o tema "Veículos Comunicantes / Negócios Comunicantes", apresentado por Pedro Barros, da Tips4y. Atualmente cerca de 5% das viaturas novas já comunicam através de um cartão SIM (como o que temos nos telemóveis) e cerca de 15% têm a possibilidade de comunicar através de dispositivos emparelhados. Também aqui a evolução será imparável, pois daqui a 10 anos cerca de 90% dos novos veículos serão comunicantes, o que irá abrir a possibilidade de desenvolver novos modelos de negócio. Existe informação que entra na viatura e que se dirige ao condutor e informação que é libertada pelo veículo (e que se dirige ao



Novas tendências do Aftermarket

Uma das principais apresentações desta conferência abordou as tendências europeias do aftermarket. Segundo a FIGIEFA (que reúne os distribuidores de peças), a proposta dos fabricantes de automóveis na forma de comunicação e acessos às "viaturas comunicantes" é uma ameaça para a cadeia de distribuição do aftermarket independente. Atualmente na Europa existem quase 60.000 empresas de peças, sendo que mais de 96% são empresas que faturam menos de 3 milhões de euros, representando 3,3% as que faturam entre 3 e 20 milhões de euros e apenas 0,4% as que estão acima dos 20 milhões de euros. Porém, são estas empresas que geram 57% das vendas. As grandes centrais de compras não são apenas europeias, são globais e pretendem ser cada vez mais globais. Entre os exemplos dados nesta apresentação por Dário Afonso, da ACM, destaque para a americana LKQ, que está a entrar na Europa através de diversas aquisições e que tem como conceito de negócio "Qualquer peça. Qualquer reparação. Qualquer lugar". É uma empresa que vende peças novas, peças usadas e peças recondiçionadas, disponibilizando assim a solução global ao nível das peças. Em termos de números, prevê-se que o aftermarket (entre 2012 e 2020) caia tanto em volume como em valor em quase todos

os mais importantes mercados europeus. Haverá também uma queda, para o mesmo período de análise, na manutenção e na reparação automóvel (tanto em valor como em volume), sendo que o único setor que subirá é o dos pneus (10,2% em volume e 13,8% em valor). No entender de Dário Afonso, este crescimento nos pneus, deve-se ao facto de muitos dos grandes operadores de aftermarket começarem também a distribuir pneus. Se a tendência é de diminuição do aftermarket no seu global, o mercado independente tem uma tendência de subida (em volume) e a previsão é que continue em ritmo de crescimento até 2020. Porém, essa subida em volume não será acompanhada pela subida em valor, isto é, vai vender-se mais mas com menos margem. "A globalização, a pressão nos preços, o comércio eletrónico e as alterações no consumo serão os grandes responsáveis por esta descida de margem", explica Dário Afonso, dizendo que "a redução do lucro do distribuidor é uma tendência, num contexto de aumento dos custos de distribuição". Outra tendência é a bipolarização dos segmentos de mercado (qualidade OE e qualidade / preço), bem como o das peças usadas, que assumem o nome de peças reconstruídas e peças reutilizáveis.



próprio veículo) que irá desenvolver modelos de negócio designados por B2B2C (Business to Business to Consumer). Outro termo que se irá desenvolver é o "Car As a Service", isto é, em vez de pensar numa viatura como um ativo, olhar para ela como um serviço, acabando isso por mudar a forma como utilizamos o automóvel. Quer isto dizer que, por exemplo, os seguros poderão evoluir para algo que tenha a ver com a verdadeira utilização do automóvel. Por outro lado, ao comunicarmos com a viatura irá haver toda uma nova forma de relação com o cliente. Esta nova realidade dos veículos comunicantes vai trazer também novos players para o setor automóvel, como já acontece atualmente com a Uber (novo serviço de táxis), a Google e a Apple (que estão muito interessados no automóvel), e muitos outros parceiros tecnológicos. Face à informação que irá ter no carro, em 66% dos casos o automobilista gostaria de ter diagnóstico em tempo real no seu automóvel o que, no entender de Pedro Barros, isto deixa a entender que existem oportunidades para o aparecimento de novos negócios no Pós-Venda e que cada vez mais tudo isto passa pelo reenaminhamento dos clientes e do negócio. Por isso, "o mercado do Pós-Venda vai cada vez mais viver do reenaminhamento dos clientes para o negócio, pelo que terá que haver mente aberta para fazer alianças com novos parceiros neste setor".

LOGÍSTICA INVERSA

Um tema ainda pouco abordado é a Logística Inversa. Este será, porventura, um dos maiores desafios que o setor das peças atravessa, devido às enormes preocupações com a sustentabilidade. A passagem da economia linear para a economia circular, isto é, passou-se para uma economia assente na reciclagem, em que muitos produtos são pensados originalmente para serem reciclados, como acontece no setor automóvel em que um carro novo é quase totalmente reciclável (a breve prazo será totalmente reciclável). A Logística Inversa, na lógica das peças, é fazer com essas peças, depois de usadas pelo cliente no seu automóvel, cheguem de novo à fábrica para poderem ser reutilizadas ou simplesmente destruídas de forma ambientalmente correta. "A tendência é que as marcas que produzem as peças as retomem de novo para as reconstruir e voltarem a colocá-las no mercado de novo", diz Miguel Melo, da M Coutinho Peças, que apresentou o tema da Logística Inversa. Em todo o longo processo de regresso do "core" (peça usada) ao produtor existem diversos riscos. Para além do risco da peça usada vir a ser recusada pelo produtor, todo este processo



não gera qualquer margem adicional no negócio tendo até custos associados. Desta forma a Logística Inversa gera novos desafios nesta nova lógica de economia verde, pois é um processo "custoso, que tem tudo para correr mal, que não tem margem adicional e que é uma tendência de mercado que irá acontecer cada vez mais e que exige um grande rigor na distribuição e na logística de peças".

OUTRAS TENDÊNCIAS

Esta Conferência da ACM contou ainda com outros temas que também irão ter ou já têm fortes implicações com o negócio do Pós-Venda.

Um deles é o dos veículos elétricos, tendo Rui Bica da BMW Portugal aproveitado para falar da experiência da sua marca. Uma das apostas tem sido os BMW i3 e i8, totalmente elétricos ou com extensor de autonomia, veículos que permitem à marca alemã contrabalançar o problema ecológico causado pelos motores de combustão interna de elevada cilindrada que caracterizam a marca.

Com menos peças e com componentes pensados para terem um reencaminhamento após o

seu ciclo de vida, o que está inerente à utilização destes veículos são os serviços. Quer isto dizer que no Pós-Venda irão vender-se menos peças mas mais serviços.

Na BMW, com estes automóveis, passou a existir um modelo de venda direta, não através da concessão, mas sim através de uma rede de agentes que prestam um conjunto de serviços aos clientes, o que revela também uma alteração do modelo de negócio, com implicações diretas no Pós-Venda.

Outro assunto abordado nesta conferência foram as peças reutilizáveis. Luís Vieira fez uma apresentação da plataforma de peças B-Parts, inovadora na forma como faz a catalogação das peças (são todas fotografadas) e as propõe aos clientes, com diferentes níveis de qualidade. Mais um exemplo de que as novas tecnologias podem também contribuir para a dinamização do negócio de peças reutilizáveis, nomeadamente na área das peças de chapa e mecânica pesada (motores, eixos traseiros e caixas de velocidades).

Inovadora na forma como esta plataforma está desenvolvida, a B-Parts tem já mais de 1.000 oficinas como clientes, 10 fornecedores nacionais e dois internacionais, tendo ainda



Empresas presentes

No decorrer desta Conferência da ACM, estiveram também presentes algumas empresas, que dinamizaram os seus produtos e serviços.

A JR Diesel é uma empresa de Braga que trabalha na área diesel, trabalhando também as marca Pador e Ecoparts.

Também presente esteve a Activex, que disponibiliza o software Gestoc para casas de peças e oficinas.

A Inforap é uma empresa tecnológica que desenvolve soluções de gestão para o setor automóvel.

Na área da reparação de caixas de velocidade automáticas esteve presente neste evento a Eurotransmissão.

A Bombóleo também marcou presença com os seus produtos Bosch na área das peças e equipamentos.

A Braccac é uma empresa especializada em fardamento e uniformes para diversos sectores de atividade.

A B-Parts, uma plataforma de peças usadas na internet foi outra das empresas presentes. ○

um suporte técnico para dúvidas e acompanhamento de clientes.

O negócio das peças reutilizáveis não é apenas um negócio de independentes. Para além das peças recondiçionadas que os diversos construtores de peças já dispõem nos seus catálogos, são cada vez mais os operadores que têm o negócio das peças recicladas ou reutilizáveis (ou usadas), dispondo assim de uma oferta completa ao nível da peças (peças, novas, recondiçionadas, reutilizáveis e usadas).

Abordada nesta conferência, a metodologia Lean Kaizen, foi explicada como sendo uma ferramenta de otimização, neste caso aplicada ao Aftermarket, nomeadamente na redução de custos nas organizações.

Ficou a ideia de que tudo o que não tenha valor acrescentado é desperdício e isso representa custo para a organização.

A conferência terminou com uma palestra de Jorge Cancellia de Abreu e Dário Afonso sobre as novas tendências da formação. ○



CARF

Uma empresa especializada na distribuição de peças e acessórios para automóveis.

» DISTRIBUIÇÃO

Disponibiliza a todos os seus clientes um serviço, seguro, rápido, eficaz com entregas Bi-Diárias e Quadri-Diárias.



BI-DIÁRIO
2X
ENTREGA E RECOLHA

QUADRI-DIÁRIO
4X
ENTREGA E RECOLHA

» COBERTURA

Operação a partir de 5 polos logísticos, permitindo uma cobertura de 80% do mercado nacional.

80% Mercado Nacional



Contacts

www.carf.pt

Contact Center - 219 809 640

CARF
O SERVIÇO À HORA CERTA