

Dossier



RETALHISTAS DE PEÇAS

Serviço de proximidade

O setor retalhista, elo da cadeia de distribuição de componentes sobre o qual se diz que poderá ter tendência a desaparecer, procura o seu espaço com serviço local às oficinas, através da proximidade e rapidez de entrega

TEXTO NÁDIA CONCEIÇÃO

Nos últimos anos, o mercado de distribuição de peças e acessórios auto em Portugal tem vindo a mudar significativamente, tornando-se muito competitivo, com a presença de vários operadores em cada região e a exigir cada vez padrões de qualidade e segurança mais altos. Com os novos desafios de mobilidade, que trazem novos componentes e necessidades de manutenção aos veículos, os retalhistas de peças têm vindo a esforçar-se para acompanhar as tendências e a dinâmica do setor. De forma a manterem-se competitivos, procuram novas soluções, tanto ao nível da compra junto dos fabricantes, como ao nível das margens e da abordagem ao mercado. Para se diferenciarem, as casas de peças

procuram ainda e cada vez mais comercializar marcas com imagem reconhecida, com produtos altamente tecnológicos, e que disponibilizem apoio técnico, planos de formação e outros serviços complementares, esquecendo as marcas que não oferecem qualquer valor acrescentado. Tem-se assistindo também à criação de associações de retalhistas, numa procura do aumento da capacidade negocial e de investimento. Através da compra ao balcão ou por encomenda, os retalhistas procuram assim apresentar mais-valias para a fidelização dos clientes, privilegiando a rapidez e a proximidade, através de um serviço logístico com entregas realizadas até seis vezes ao dia, com distribuição própria ou através de parcerias com empresas de transporte. ●



QUESTÕES

1 - Qual o papel atualmente do retalho de peças, no negócio de peças auto? Continua a ter a mesma relevância do passado?

2 - A cadeia (fabricante, grossista, retalhista e oficina) continua a fazer sentido no negócio de peças atualmente?

3 - Os sites de venda online B2C podem ser, ou já são, uma ameaça para os retalhistas de peças?

4 - A concentração da atividade de peças é uma tendência a nível internacional. Por que razão os retalhistas de peças são tão relutantes a associarem-se e a concentrar as suas atividades?

5 - Além da rápida disponibilização das peças e da sua qualidade, da gama alargada, das plataformas B2B e dos preços competitivos, que outros fatores podem fazer a diferença no negócio das peças?

6 - Quais foram as mais recentes novidades lançadas na vossa atividade?



Auto Torre da Marinha

Paulo Costa - Sócio-gerente

210 879 460

paulo@atm.com.pt

www.atm.com.pt

1 - Sim, o retalhista atua na sua zona

de proximidade, lida diretamente com a oficina e cria melhor serviço ao cliente.

2 - Claro que sim, continua a fazer sentido essa cadeia e penso que há espaço para todas as cadeias, embora seja verdade que ultimamente temos assistido a uma tentativa que alguns grossistas atuem em algumas zonas do país como retalhistas.

3 - Sim, sem dúvida, especialmente sobre o baixo preço que praticam ao consumidor final e não esquecendo que alguns desses sites são de grossistas nacionais que mais uma vez querem fazer o seu negócio em todas as cadeias de distribuição.

5 - A nossa equipa e a confiança dos nossos clientes na nossa empresa.

6 - Em abril de 2017, abrimos novas instalações com área superior a 2000m² e fizemos e grande aumento de stock de peças, tanto de mecânica como de colisão, e introduzimos novas marcas WIX / OCAP / FRIGAIR / SERCORE.



Tisoauto

Rui Moreira

255 310 230

geral@tisoauto.pt

www.tisoauto.pt

1 - A função do retalhista evoluiu, deixando de ser apenas um simples fornecedor de produtos para passar a ser um parceiro de negócios para a oficina, não

só no que diz respeito ao fornecimento de peças, mas também de formação, ferramentas, informação técnica e outros serviços de apoio.

2 - As grandes mais-valias de um retalhista estão relacionadas com a sua proximidade aos clientes, tanto física como comercial. Hoje e mais do que nunca, as oficinas necessitam de receber as peças o mais rápido possível porque o nível de serviço esperado pelo consumidor final assim o exige. E isto, em grande parte do país, apenas o retalhista é capaz de o fazer. Por outro lado, a Tisoauto, ao ser membro fundador da RedeInnov, assumiu que, apesar da cadeia tradicional continuar a ter as suas mais-valias, também acredita que há outras formas igualmente válidas de posicionamento na cadeia de valor.

3 - Acreditamos que a percentagem de consumidores disponíveis para comprar as suas peças e posteriormente encontrar uma oficina que as substitua, continua em níveis baixos em linha com os últimos anos. Mais do que uma "ameaça", os sites de B2C acabaram por introduzir muito ruído e desinformação no mercado e esse tem sido o desafio: fazer com que os clientes comparem o que é comparável, não se ficando apenas pela comparação do preço que mostram na etiqueta.

4 - Concordo que, ao nível nacional, exista uma certa relutância para a concentração da atividade. Isto porque neste setor existe um paradigma cultural que leva à retração na criação de vinculação com os seus pares por motivos meramente logísticos e estruturais, ou seja, existe a dificuldade em fazer alterações na sua estrutura para uniformizar processos-chave para a concentração da atividade e informação. No entanto, no nosso caso, a Tisoauto, ao fundar a RedeInnov com mais quatro retalhistas, demonstrou que, apesar das dificulda-

PUBLICIDADE



215 908 200 | geral@npecas.com.pt



www.npecas.com.pt

des naturais inerentes à concentração de atividades, acredita que o caminho passará por aí. Num mercado cada vez mais amadurecido, a dimensão crítica é importante e será cada vez mais no futuro. Esta concentração na RedeInnov permite-nos ganhar escala e ter mais estofo para enfrentar os desafios futuros.

5 - O pilar-base continua a ser o mesmo: recursos humanos. Podemos ter os melhores materiais, sistemas informáticos, sistemas de gestão de stocks e entregas, mas se não tivermos uma equipa motivada, focada no cliente e envolvida com a empresa, dificilmente esses meios terão um retorno positivo.

6 - Recentemente lançámos a nossa WebShop, onde as oficinas podem identificar, de uma forma fácil, as peças necessárias, consultar stock, preços e fazer encomendas.



APL Expresso

Miguel Lopes – Diretor Geral
214 350 937
pecas@aplexpresso.net
www.createbusiness.pt

1 - O papel do retalho é satisfazer as necessidades das oficinas, no menor espaço de tempo possível, em termos de peças e serviços essenciais à sua atividade. A sua relevância mantém-se como no passado e continuará a existir. O que tem vindo a mudar é quem faz esse papel de retalhista, e temos assistido nos últimos anos a retalhistas que se agrupam e em torno de uma estratégia uniforme formam grossistas, e também alguns grossistas a entrarem no retalho criando redes de próprias.

2 - A cadeia continua a existir. Se, nos extremos, o fabricante e a oficina estão bem definidos, é no meio que as coisas se confundem, com retalhistas a unirem-se e grossistas a dispersarem-se no retalho. Creio que esta fusão a meio da cadeia nada tem de negativo, antes pelo contrário, mas o importante é cada

um definir bem o seu papel. Na minha opinião, quem quer estar em diferentes patamares vai ter dificuldades. Já temos players no mercado que, sendo grossistas, expandiram a sua própria cadeia de retalho e estão também online em B2C.

3 - Creio que o online irá ocupar o seu espaço naturalmente sem afetar significativamente o retalho, mas para isso o retalho tem que evoluir e saber enquadrar-se nas necessidades atuais e futuras das oficinas. Quem pode vir a ser afetado pelo crescimento do online são as oficinas quando os clientes entram pela porta já com as peças na mão e muitas ainda ajudam o online, fazendo compras diretamente nesses sites. Uma oficina precisa de formação para a sua atividade, informação e apoio técnico, equipamentos tecnológicos e também de peças. As oficinas apenas têm que escolher quem lhes consegue fornecer todas as suas necessidades.

4 - Creio que em Portugal isso é uma questão cultural, mas à medida que as novas gerações começam a aparecer mais nos cargos de gestão no nosso mercado essa relutância vai desaparecendo.

5 - Para sabermos como podemos diferenciar e acrescentar valor à nossa oferta, temos de ouvir e conhecer as necessidades dos clientes, não querendo pormenorizar muito, diria que todo o tipo de serviço, consultoria que ajude o cliente a desenvolver o seu negócio irá contribuir para a sua fidelização.

6 - Estamos neste momento a executar o plano traçado para este ano, que é o aumento e modernização da nossa logística. Já efetuámos a primeira mudança e estamos a funcionar numa plataforma partilhada com outro parceiro do nosso grupo. Aumentámos significativamente a nossa capacidade de resposta às necessidades dos nossos clientes. Estamos numa fase de mudança de instalações para a nova sede da empresa, que também nos irá permitir estruturar o crescimento da empresa nos próximos anos.

Rui e Paulo Almeida Lda.

Paulo Almeida - Gerente
219 959 550
paulo.almeida@rpa-lda.pt
www.rpa-lda.pt

1 - O negócio das peças sofreu grandes alterações nos últimos anos, cada vez

mais nos tornamos operadores logísticos de peças.

2 - Acho que essa cadeia se está a desvanecer. Os fabricantes passam por cima dos importadores, os importadores passam por cima do retalho e tudo se confunde. Mas todos têm o mesmo foco, que é chegar direto ao processo da venda. No futuro a cadeia tende a diminuir.

3 - Os sites de venda online já fazem moossa, mas acho que ainda não é um grande problema. Devemos estar atentos, são mais uns na cadeia de venda. O nosso produto ainda carece de muito conhecimento técnico para ser identificado. Por isso, acho que ainda estamos um pouco protegidos.

4 - Penso que é cultural, não estamos formatados para funcionar e cumprir regras enquanto grupo.

5 - O negócio das peças vai muito mais além do que só vender peças. Temos de estar à frente nas tecnologias de informação. A atitude e a motivação dos nossos colaboradores fazem a diferença, a rapidez de disponibilidade e entrega. A relação humana com o cliente. A formação que disponibilizamos, etc.

6 - A RPA nos últimos seis anos fez um grande esforço e investimento na abertura de três novas lojas; Lisboa, Vila Franca de Xira e Mem Martins. Mais recente, com um ano e meio de investimento num novo armazém central com 2600 m2. Introduzimos algumas marcas exclusivas da RPA, na área dos filtros, óleos e aditivos.



CONSIGO HÁ MAIS DE 14 ANOS



AGORA
COMPRE
ONLINE

www.atm.com.pt

AUTO TORRE DA MARINHA, LDA.
atm
peças auto

Rua Eugenio dos Santos n.º6 ,Parque industrial Casal do Marco, 2840-185 Seixal

Tel: +351 210 879 460

LOJA 2 : Av. Resistentes Anti Fascistas n.81A/C e D -Torre da Marinha 2840-404 Seixal

Tel: +351 210 497 162



Dingipeças

Tânia Flora - Sócia-gerente
244 843 130
geral@dingipeças.pt
www.dingipeças.pt

1 - Estamos muito longe do passado e, atualmente, a relevância é praticamente a mesma, ainda que em moldes totalmente diferenciados. Hoje em dia, no retalho de peças, estamos muito mais próximos do nosso cliente a nível de entregas e disponibilidade das peças solicitadas. O retalhista continua a ser bastante importante perante as oficinas pois, por enquanto, um importador faz poucas entregas de peças para servir o cliente.

2 - A cadeia há muito que praticamente não existe. Deixou de haver respeito perante a mesma. Se um grossista ou importador vende diretamente a uma oficina ou mesmo ao consumidor final ela não existe. Como lhe podemos chamar “cadeia”, se um importador vende ao mesmo preço, ou abaixo dele, a um retalhista, a uma oficina e a um consumidor final?

3 - Não gostamos de lhe chamar ameaça, mas sim perda de algumas vendas. No entanto, quando um cliente precisa das peças para o mesmo dia ou dia seguinte é impensável encomendar num site em que não existe stock. A maneira desses sites trabalharem é simples: não têm stocks, não têm lojas físicas, têm um ou dois funcionários. Ao fim do dia reúnem as encomendas e mandam vir. Não existe grande investimento nem sequer contas em atraso, porque aí o cliente tem de pagar na hora.

4 - Estamos a falar dos chamados “grupos”. Há uns anos atrás, a nossa opinião era bastante diferente da que é hoje. No começo havia um grupo que, sim, poderia ter vantagens pertencer ao mesmo. Hoje, existem grupos com três ou quatro casas de peças, não conseguimos perceber o benefício disso pois, traba-

lhamos praticamente com os maiores importadores e achamos que temos condições semelhantes e sem compromissos. Por enquanto, a Dingipeças quer crescer, mas pelos próprios esforços, sem estarmos associados a ninguém.

5 - O segredo é a alma do negócio, mas a entrega das peças de forma rápida na oficina é um grande fator para o sucesso.

6 - A nossa mais recente novidade foi a abertura de duas filiais, a primeira em Fátima e este ano na Batalha. A terceira, o tempo o dirá. Em relação a produtos, temos vindo a angariar novas marcas de qualidade e outras um pouco mais baratas para servir o cliente da melhor maneira.



Soarauto

Renato Soares - Diretor Geral
geral@soarauto.com
253 607 290
www.soarauto.com

1 - O negócio das peças auto continua muito retalhado com a existência de muitas oficinas em localidades muitas vezes remotas. As necessidades destas oficinas de mecânica são um serviço de entregas permanente, disponibilidade de produto e apoio técnico. A estratégia da Soarauto ao abrir pequenos pontos de venda em localidades mais pequenas e com uma proximidade do armazém central Braga, visa ir ao encontro das necessidades das oficinas, dispondo de um stock e de um serviço de entregas rápido. O retalhista, pela sua experiência e pelo fator proximidade, continua a compreender, melhor do que qualquer outro player da cadeia, as necessidades dos seus parceiros oficinais.

2 - Embora nos últimos tempos se tenham vindo a verificar alterações na cadeia de distribuição, continua a fazer sentido a cadeia clássica do nosso país. Enumero um mercado com muitos pequenos retalhistas dispersos. Os retalhistas com dimensão reduzida trabalham

cada vez mais sem stock, apoiados no stock do grossista. O mercado continua em constante e rápida mudança, certamente que iremos verificar alterações ao longo dos próximos anos. A tarefa dos retalhistas é organizarem-se e ter uma estratégia bem definida para ganhar dimensão, têm a vantagem da experiência, mas os grossistas têm maior dimensão e capacidade de investimento.

3 - São uma realidade, não uma ameaça, apenas mais um player no setor. Não devemos subestimar, mas sim acompanhar ou até mesmo entrar nesse canal. Ainda existem muitas barreiras ao negócio online, assistimos a uma evolução em determinados produtos especialmente em produtos DIY, já nos produtos mais técnicos as vendas ficam longe das expectativas. O forte investimento em publicidade para se tornar um site reconhecido e os custos de distribuição das vendas são grandes barreiras à entrada.

4 - Não será uma tendência cultural? Acredito que essa tendência se venha a refletir em Portugal também; o retalhista deve estar preparado para os mais diversos cenários. Com a diminuição constante das margens, é inevitável que o negócio necessite de escala. A associação sem canibalização do negócio é uma das possibilidades. Dez retalhistas juntos serão sempre mais fortes que dez separados, o difícil é implementar uma estratégia e visão do negócio que agrade a todos.

5 - Sem dúvida que estes fatores são os mais importantes da atualidade do negócio, mas enumeraria ainda o capital humano de cada empresa, responsável pelo bom serviço prestado, o investimento na parte técnica ao dispor dos parceiros, a visão futura e a proximidade com o negócio dos parceiros. No final, este negócio continua a ser uma relação humana. Sem bons profissionais, pouco adianta ter produto, qualidade, gama ou preços competitivos.

6 - A Soarauto continua o seu recente projeto na área dos lubrificantes na zona Norte de Portugal. Está a ser um desafio muito interessante e com resultados a acompanhar o desafio. Continuamos a apostar na disponibilidade de Arnott, Midac, Open Parts e Petronas.



SPR Auto

Renato Faria – Administração
968 671 586
renato@sprauto.pt
www.sprauto.pt

1 - Na atual sociedade, onde fica mais barato adquirir um componente novo do que repará-lo, assistimos a um crescimento do negócio de peças e o retalhista tem cada vez mais relevância. Inerente à evolução tecnológica das viaturas e seus componentes, o papel do retalhista é preponderante para a correta identificação

da peça, aconselhamento de marcas e serviço de pós-venda.

2 - Acreditamos que o retalhista continuará a prevalecer no negócio do aftermarket. Temos assistido a uma desfragmentação do canal, com fabricantes a vender a retalhistas, grossistas a vender a oficinas, cujo motivo se deve essencialmente à pouca elasticidade do mercado e à busca por melhores preços. O valor acrescentado que o retalhista oferece está relacionado com a rapidez e dinâmica da logística, assim como a flexibilidade da oferta nas marcas que comercializa ao cliente profissional, pois de outra forma apenas existiriam grossistas e oficinas. Na SPR, ao comercializarmos praticamente todas as marcas existentes de aftermarket e OEM, conseguimos garantir uma taxa de fornecimento acima de 98%.

3 - Os sites de venda online B2C têm ganho algum relevo e encaramo-los da mesma forma que encaramos um con-

corrente “físico”. Estes sites apresentam preços muito competitivos, assim como a disponibilização de marcas que não têm representação em Portugal, contudo, temos verificado que no que diz respeito a componentes mais complexos e caros, os consumidores continuam a preferir a segurança dos retalhistas nacionais, quer pelo pós-venda, quer pelo aconselhamento.

4 - Privilegiamos as parcerias quer com clientes, quer com grossistas e somos relutantes a abdicar dessas relações meramente pelo fator preço. Adicionalmente, acreditamos que estabelecer acordos comerciais com grossistas, adquirindo desta forma poder negocial e apoio no pós-venda, é preferível a associarmos-nos a outros retalhistas para fazer importação.

5 - Existem várias estratégias, plataformas ou considerações a fazer, contudo o único e determinante fator é a equipa! São os recursos humanos que distinguem

PUBLICIDADE



- PEÇAS DE MARCA
- PEÇAS USADAS
- PEÇAS RECONSTRUÍDAS
- PNEUS
- DESMANTELAMENTO DE VIATURAS
- DISTRIBUIDOR OFICIAL PADOR



qualquer empresa da sua concorrência. Na SPR apostamos na formação contínua e na formação dos nossos recursos humanos nas áreas de produto, técnicas de venda e motivacionais.

6 - Abrimos recentemente um novo armazém, no Porto, que permitiu consolidar a nossa posição como um dos principais retalhistas do Grande Porto. A par deste novo armazém, reforçámos a equipa com novos elementos e apostamos em novas marcas, tais como Wolf, Ate e Contitech. Estamos a renovar e ampliar a frota automóvel, para que possamos ser cada vez mais rápidos e a continuar a superar as expectativas dos clientes. Por último, e não menos importante, estamos a desenvolver uma nova plataforma de vendas online, uma "one stop shop" disponível após o verão de 2018, onde o B2C e o B2B darão lugar ao H2H. Se para alguns poderá ser um contrassenso, para a SPR é a materialização da nossa filosofia: as pessoas e o bom atendimento são o foco central dos negócios.



PDAuto

Paulo Silva
253 031 480
pdauto.ps@gmail.com

1 - O nosso papel como retalhista continua a ser muito importante como no passado, sendo que, havendo sempre novidades, nós temos que as acompanhar.

2 - A cadeia a que se refere, na minha opinião, continua a fazer sentido, mas não a 100%.

3 - Os sites de venda online são sempre uma ameaça nos retalhistas temos que estar atentos com e tentar acompanhar, esta situação que implica também os fabricantes e os importadores.

4 - Não me revejo nessa situação.

5 - Nos retalhistas de peças, como qualquer negócio, temos os clientes como

o mais importante, depois existe tanta coisa para poder fazer.

6 - Como integramos a REDEINNOV, estamos sempre com novidades.



Rodapeças

Manuel Vicente - Administrador
236 959 360
manuelvicente@rodapeças.com
www.rodapeças.com

1 - O retalho de peças auto só faz sentido hoje se adicionar valor na relação com o cliente. A peça é apenas um meio para atingir um fim. A logística, as soluções online e os programas de suporte ao negócio oficial são fatores críticos na relação do retalhista com a oficina.

2 - A cadeia de distribuição tem vindo a sofrer alterações ao longo dos anos e as plataformas online e as redes de car service são os grandes responsáveis por tal situação. O grossista e o retalhista estão hoje praticamente fundidos e, em muitos casos, os fabricantes estão a distribuir às redes oficiais. O passo seguinte, que já está a acontecer, é os fabricantes distribuírem diretamente ao consumidor final.

3 - As plataformas online B2C podem ser uma ameaça, mas também podem ser uma oportunidade. O consumidor final escolhe maioritariamente o retalhista de peças para comprar as suas peças auto. Isto quer dizer que já existe uma relação de confiança entre este canal e o consumidor final. Se o cliente procura soluções online, o que o retalhista tem de fazer é adaptar-se a esta nova realidade.

4 - A relutância do associativismo é cultural em Portugal. Mas a concentração irá acontecer, movida por uma estratégia ibérica de empresas/grupos espanhóis, movidos também pela concentração a que assistimos em toda a Europa.

5 - Se o retalho de peças tem grandes desafios pela frente, as oficinas indepen-

des também os têm. Os clientes são mais exigentes e informados. Querem soluções online e soluções que garantam mobilidade. As tecnologias auto de motricidade e conectividade estão a mudar. As necessidades da gestão ambiental na oficina são brutais. O modelo de negócio está a mudar. Durante muitos anos, a margem das peças permitiu valores de mão-de-obra comeditos. Hoje, com o aumento da necessidade de mão-de-obra qualificada e com a tendência da descida das margens, o modelo de negócio das oficinas necessita de alteração.

6 - Numa estratégia de proximidade com o cliente, temos previsto abrir uma nova loja na Marinha Grande. Temos como novidades a distribuição de pneus Pirelli, produtos Henkel, AD Blue BASF.



Phaarmpeças

Carlos Coelho - Gerente
963 074 347
carloscoelho@phaarmpeças.pt
www.phaarmpeças.pt

1 - No meu ponto de vista, continua a ter um papel fundamental no mercado das peças, uma vez que os retalhistas conseguem dar um apoio à oficina, que outros players não conseguem fazer por diversos motivos, como a logística, a relação pessoal e o trabalho muito técnico por parte dos nossos profissionais, algo que os importadores, ou até as páginas de vendas online não conseguem dar.

2 - Respondido na questão n.º 1.

3 - Toda a concorrência é uma ameaça, uns com maior e outros com menor incidência no nosso mercado. No entanto, entendo que com o decorrer dos próximos anos, irá haver como que um reajuste aos hábitos de todos os intervenientes no nosso mercado, onde uns sobrevivem e outros não. Estamos atentos ao que está a acontecer, para sabermos quando será necessário mudar algumas coisas.

mecânica

**AFTERMARKET, EQUIP. OFICIAL
E LOGÍSTICA**

26 - 28 OUT. 2018

SEXTA-FEIRA - 10h 20h
SÁBADO - 10h 21h
DOMINGO - 10h 19h

FIL - LISBOA



organização:



4 - Penso que a nossa mentalidade é um pouco assim, ou seja, queremos ir muito pelo nosso próprio caminho sem “prestar contas” a ninguém. Mas acho fundamental fazermos essa associação com bons parceiros.

5 - Como já disse, a proximidade e a relação pessoal com os clientes é fundamental, assim como outras ferramentas que podemos disponibilizar aos nossos clientes, como a formação técnica, apoio técnico e a parte da distribuição direta. Neste campo, há mais de 10 anos que temos disponível formação técnica. A Phaarmpeças foi das primeiras empresas do segmento a disponibilizar estes serviços, quer na formação como na distribuição. Mais recentemente, introduzimos na nossa equipa um engenheiro mecânico para nos ajudar na parte das reclamações e ao mesmo tempo apoiar os nossos clientes, indo ao terreno.

6 - Para breve, vamos disponibilizar uma plataforma online para os nossos clientes profissionais, estamos a tratar de um projeto para termos instalações próprias e um sistema de atendimento aos profissionais, com a melhoria do nosso call center.



X-Action

Filipe Teixeira - Sócio-gerente
239 432 494
info@x-action.pt
www.x-action.pt

1 e 2 - Penso que em Portugal a distribuição de peças está a mudar. A cadeia de distribuição está tendencialmente a ser encurtada. No entanto, penso que continuará a fazer sentido o modelo atual; o grossista não está ainda neste momento preparado para o retalho, nem todas as oficinas preparadas para o desaparecimento dos retalhistas.

3 - Os sites B2C podem vir a ser uma ameaça na venda de algumas famílias de produtos. Mesmo assim, é necessário que o consumidor final seja um cliente

informado. Nem todos estão já preparados para a compra online. E há sempre o serviço associado à venda efetuada pelo retalhista que deixará de ser prestado e poderá vir a fazer falta. Se a tudo isto associarmos a receptividade ou não por parte das oficinas em aplicar material comprado pelo consumidor final e os problemas de garantias associados, diminuímos bastante a dimensão da ameaça.

4 - Não acho que os retalhistas sejam relutantes à associação. Acho sim que é uma decisão que deve ser bem ponderada, dado que poderá trazer vantagens, mas também alguns inconvenientes.

5 - Outros fatores que podem fazer diferença no aftermarket são, por exemplo, o serviço pós-venda, a entrega rápida de peças, o acompanhamento nas reclamações e garantias, o empréstimo de ferramentas e a formação.

6 - As nossas novidades para este ano são o retomar do que esteve em standby no ano anterior: as formações. Queremos que os clientes nos encarem como parceiros que se preocupam com o crescimento do seu negócio. Também vamos implementar a nossa loja online associada ao TecDoc, apenas para profissionais.



Espogama

Miguel Mendes - Responsável de marketing
253 965 895
marketing@espogama.pt
www.espogama.pt

1 - Cada vez mais o retalho assume-se como um prolongamento do negócio dos clientes oficinas. Para além do fornecimento “just in time”, o retalho presta serviços de apoio à reparação, munindo-se de parceiros capazes de auxiliar a oficina no acompanhamento da evolução tecnológica constante, como a formação e o apoio técnico. O apoio em marketing é também uma aposta do retalhista, que assegura a continuidade das oficinas e por inerência o crescimen-

to sustentado do próprio negócio do retalhista. Este novo modelo de negócio contrasta completamente com metodologias do passado e ainda presentes em muitos retalhista do setor, focados unicamente no fator preço.

2 - A cadeia fabricante, grossista, retalhista e oficina, faz sentido na realidade Espogama. Assistimos a um excesso de players em todos os níveis, e a necessidade de se “fazerem números” influencia uma postura menos correta e cometem-se erros que destabilizam o mercado. Temos o negócio assente em pilares de cooperação, ou seja, concentramos as compras em três ou quatro grandes fornecedores, temos o apoio dos fabricantes, e servimos de ponte entre as marcas e a oficina, respeitando a cadeia, privilegiando sempre o negócio. Assumimos o papel de fornecedor global e ajudamos a oficina a desenvolver-se. Um grossista terá que ter as características de um retalhista para conseguir prestar um serviço idêntico. Numa ótica em que todos ganham, defendo a continuidade deste modelo, enquanto for possível, claro.

3 - Os sites de venda online B2C já são uma ameaça, na medida em que a oficina, por um lado não abdica da sua excessiva margem de comercialização, mas aplica a peça que o cliente traz em troca de um maior valor de mão de obra. Na minha opinião é fácil combater este “adamastor”, basta um pouco de reflexão e bom senso das duas partes. A incerteza da compra online poderia ser um impeditivo, desde que o ganho nas peças e o preço da mão de obra estivessem ajustados, criando no cliente particular a sensação de análise de riscos. Neste momento o risco compensa.

4 - A questão dos grupos é controversa porque, mesmo inserido num grupo, a tendência de defender os interesses individuais face aos coletivos é constante. São poucas as entidades capazes de se associarem em torno de um benefício comum.

5 - Num modelo de negócio atual em que as oficinas são bombardeadas com custos desnecessários em rubricas que não valorizam, o fator que faz toda a diferença é estar ao lado da oficina naquilo que ela precisa. É importante o apoio do retalhista para criar alguma segurança e estabilidade.

6 - A maior novidade e ainda em teste é a criação de um “clube” que trará benefícios extra para os seus membros. Reformulámos a nossa política de distribuição e, em breve, teremos um novo call center. Apostámos este ano num departamento de marketing que opera nas oficinas, com a criação de campanhas de produtos e serviços para o cliente final.



Mondegopeças

Pedro Ferreira - Administrador
239 497 255
eduardo.ferreira@grupobeirauto.pt
www.mondegopeças.pt

1 - A proximidade com as oficinas confere ao retalho um papel central e privilegiado no negócio de peças auto. O retalho atual é muito diferente do retalho do passado, mas penso que mantém a importância.

2 - Acredito que faz sentido, embora se assista neste momento a movimentos que vão na direção do fim da cadeia como a conhecemos. A complexidade técnica do ramo, as dificuldades logísticas criadas por uma monstruosa panóplia de produtos, famílias e referências e a estrutura das nossas oficinas, fazem-me pensar que o fim da cadeia de distribuição que temos pode não ser tão seguro como se anuncia.

3 - Para o nosso modelo de negócio é uma ameaça. Teremos de nos adaptar para que possa ser oportunidade e não ameaça.

4 - Existem fatores culturais que nos influenciam nestas decisões, no entanto, a dimensão do país cria uma realidade muito diferente dos mercados onde vemos esses movimentos mais avançados.

5 - Apoio na formação técnica e no acesso às ferramentas necessárias ao bom desempenho de uma oficina. Transparência e um espírito de parceria com o cliente.

6 - Em 2018 lançámos, em parceria



*Não fazemos
manutenção automóvel,
mas fazemos a manutenção
da sua terminologia!*



TRADUÇÃO E DOCUMENTAÇÃO TÉCNICA

Criamos e traduzimos manuais técnicos à melhor relação qualidade/preço do mercado. Temos profissionais especializados em várias áreas da indústria e uma tecnologia que nos permite criar projetos à medida de cada cliente.

CONHEÇA O PROGRAMA PARCEIRO JABA

Através da identificação e alinhamento de todas as traduções antigas do parceiro JABA, é criada uma base de dados que permite detetar todas as repetições em novos projetos e baixar consideravelmente o valor final do documento, mantendo a terminologia e o estilo de comunicação já existentes. Um programa criado a pensar em si!

com o Departamento de Engenharia Mecânica do ISEC e com o CEPRA, o projeto Academia Grupobeirauto que resulta num programa com 105 horas de formação. Implementámos também uma solução de mobilidade para a equipa comercial. Quanto ao nosso portefólio, foi introduzida uma linha completa de AC, os amortecedores Monroe e os foles da Lobro. Também iniciámos o alargamento do nosso âmbito geográfico para o distrito de Leiria, que vai culminar no 2º semestre, na abertura em Leiria do 5º armazém do Grupobeirauto.



Turbopeças

Fátima Barbosa
800 915 505
geral@turbopecas.pt
www.turbopecas.pt

1 - Penso que sim, mais do que nunca, as oficinas necessitam de um aconselhamento e atendimento personalizado. A proximidade continua a ser vital para as oficinas, pois os serviços tendem ser cada vez mais rápidos.

2 - Dependendo das zonas geográficas, o retalhista continua a fazer sentido na maior parte do país, visto o grossista não ter meios para satisfazer as necessidades momentâneas das oficinas, assumindo por isso, o retalhista, um papel fundamental.

3 - Atualmente já são uma ameaça para o retalhista, no entanto não satisfazem os clientes na sua generalidade, pois nestas plataformas não existe aconselhamento técnico.

4 - Uma parte dos retalhistas ainda pos-

suem modelos de negócio com padrões muito individualistas, tendo dificuldade em encarar as perspetivas de negócio dos grandes grupos nacionais e internacionais.

5 - O acompanhamento individualizado e constante às oficinas continua a ser o fator diferenciador no negócio das peças.

6 - Em virtude da nossa parceria com o Grupo AFKT, estamos a importar algumas marcas de prestígio internacional, comercializando também os produtos do Grupo, Trust Auto.



Npeças

João Marques e Carla Marques
215 908 200
geral@npeças.com.pt
www.npeças.com.pt

1 - O mercado automóvel tem vindo a sofrer modificações nos últimos anos. No entanto, o papel do retalho continua a ser caracterizado pelos mesmos princípios pilares: proximidade aos clientes, abrangência na oferta e um serviço especializado que mais nenhum operador na cadeia pode oferecer devido às especificidades de cada um dos papéis que desempenham.

2 - O negócio, hoje, apresenta características e modelos de funcionamento específicos que justifica, ou diria até, obriga, à existência de todos estes operadores na cadeia de abastecimento. A oficina quer um serviço rápido, completo e uma cara familiar que lhe dê respostas rápidas e solucione problemas na hora. Os grossistas e os fabricantes não têm o seu negócio desenhado para conseguir

este tipo de serviço. Da mesma forma, que um retalhista não consegue estabelecer as relações necessárias diretamente com os fabricantes. Trata-se de adaptar a cadeia em cada um dos seus patamares às necessidades específicas e ter o negócio estruturado para dar resposta às mesmas.

3 - Os sites já começam a ter a sua importância e desvalorizá-los pode ser um erro. Ainda assim, no mercado português, haverá mudanças maiores a nível de reorganização dos intervenientes em toda a cadeia até os sites B2C se tornarem os grandes concorrentes do negócio tradicional. Esta ameaça também se agravará assim que os sites se adaptarem à pressão na rapidez de serviço que existe por parte das oficinas.

4 - Penso que é essencialmente uma questão cultural, que já está no nosso ADN lusitano. Por tendência, prezamos muito a propriedade. Este fator, aliado a uma falta de clareza e simplicidade na forma de criar e gerir a concentração, criam esta resistência e mais até a dúvida sobre as reais vantagens em fazê-lo. Acredito que será inevitavelmente esse o caminho, mas iremos ter um desfasamento de alguns anos face ao que se verifica no resto da Europa e do mundo.

5 - A aposta terá de ser cada vez mais formação. Os automóveis estão a mudar, as tecnologias são cada vez mais poderosas e evoluem a um ritmo alucinante. Os consumidores estão a mudar a sua forma de encarar o automóvel e a sua utilidade e para este negócio se manter terá obrigatoriamente de mudar, acompanhar a evolução e isso só com formação, preparação técnica e capacidade e vontade de mudar. Este negócio é feito de pessoas e se queremos ser bem sucedidos temos de ter os melhores parceiros e a melhor equipa.

6 - A abertura de uma nova loja no Montijo, numa zona onde já trabalhávamos, para melhor servirmos os nossos clientes. Além disso, conseguimos a importação em exclusivo para Portugal das baterias Sparco, o que se tem revelado numa aposta ganhadora.

Quais são hoje as maiores dificuldades que um retalhista de peças encontra na sua atividade?

Paulo Costa

AUTO TORRE DA MARINHA

“As cobranças e a concorrência de alguns grossistas que estão a saltar a cadeia de distribuição e a vender diretamente aos clientes oficinais”.

Rui Moreira

TISOAUTO

“Embora encaremos a evolução logística e de infraestruturas como uma fonte de novas oportunidades, na conjuntura atual, devido aos altos encargos relativos a essa componente da atividade, ainda não nos permite retirar a rentabilidade necessária para atingirmos um serviço de qualidade com os preços mais competitivos, garantindo a fidelização de clientes em zonas afastadas da nossa área de influência. Mas torna-se apetecível a utilização deste segmento para expansão do negócio. O que nos leva a ponderar este mecanismo de atuar à distância, passa pela rentabilidade que essa ação nos poderá proporcionar. E essa é a nossa maior dificuldade: resistir à tentativa de uma diminuição de margem e consequente qualidade de serviço para impedir as constantes destabilizações de mercado por intervenientes que tentam expandir sua influência, mesmo sabendo que não existe viabilidade para garantir sempre essas condições”.

Miguel Lopes

APL EXPRESSO

“As maiores dificuldades são a economia paralela, patrocinada por concorrentes desleais que insistem em alimentar vendas sem papéis, fugir às responsabilidades fiscais e manter abertos estes canais de distribuição. Agravando este problema temos o incumprimento dos prazos de pagamento, o que dificulta a atividade de quem trabalha com margens no limite”.

Paulo Almeida

RUI E PAULO ALMEIDA LDA.

“O excesso de operadores e uma falta de regulação e respeito no mercado”.

Tânia Flora

DINGIPEÇAS

“O rompimento da cadeia que existia há uns anos. Uma outra dificuldade são as próprias marcas deixarem que cada um venda ao preço

que quer e às vezes sem ganhar nada. Os recebimentos dos clientes são outro ponto que dificulta a nossa atividade”.

Renato Soares

SOARAUTO

“Para um retalhista com uma grande estrutura uma das grandes dificuldades é a diminuição das margens, para este, os custos de distribuição e armazenamento são substancialmente superiores ao pequeno retalhista que não armazena. O excesso de players e a necessidade de faturação leva a margem a encurtar. O retalhista pouco estruturado não consegue crescer e o estruturado não tem para onde crescer”.

Renato Faria

SPR AUTO

“O maior desafio tem sido atingir a excelência, a par da crescente exigência dos clientes. Conseguir fornecer a peça certa, com a melhor qualidade, a preço competitivo e no menor tempo possível tem-nos desafiado a implementar novas estratégias e softwares para otimizar todos os recursos. Outro desafio tem sido a articulação entre o fabricante e o consumidor, no que diz respeito à análise das peças em garantia. O cliente pretende uma resposta em 30 dias e o fabricante por vezes não consegue avaliar a reclamação no prazo estimado, o que nos leva a negociar a melhor solução para as partes”.

Paulo Silva

PDAUTO

“Na minha opinião, continua a ser o crédito malparado”.

Manuel Vicente

RODAPEÇAS

“A quantidade de burocracia que nos consome tempo e recursos diariamente, e encontrar recursos humanos que se revejam no ADN da nossa empresa”.

Carlos Coelho

PHAARMPEÇAS

“Passa muito por fazer ver aos clientes que um retalhista como nós, não pode ter o melhor serviço, as melhores marcas, a maior variedade, a melhor assistência técnica e ao mesmo tempo o melhor preço. Ser o “barateiro” é para quem não tem imaginação e dinamismo e está no mercado só para fazer guerra em vez de contribuir para a evolução”.

Filipe Teixeira

X-ACTION

“A oficina quer a peça disponível na hora, o

que obriga ao distribuidor a ter um vasto stock de peças. Estas dificuldades de hoje são as que já vimos a ter ao longo dos últimos anos, com a agravante de estarem a entrar no mercado novos “players” que poderão interferir nos modelos de negócios existentes. Alguns são grandes empresas do ramo automóvel que começam a disponibilizar plataformas B2C fazendo concorrência aos retalhistas e às oficinas. Este novo modelo poderá parecer vantajoso para o mercado, no entanto, a longo prazo, a oferta diversificada que é proporcionada pelo retalhista deixará de existir, condicionando o cliente ao que existe para vender e não ao que este pretende”.

Miguel Mendes

ESPOGAMA

“A impossibilidade de manter margens de comercialização justas que permitam assegurar a taxa de serviço, o custo de posse do produto, o custo de encomendas, a grande apetência para a criação de peças obsoletas, a dificuldade na cobrança, a logística inversa, etc. As oficinas precisam de deixar alguma margem no retalhista, caso contrário as casas de peças terão que obrigatoriamente mudar o seu público-alvo”.

Pedro Ferreira

MONDEGOPEÇAS

“A principal dificuldade neste momento é a pressão que existe na margem, provocada pelo excesso de oferta presente no mercado e pelo aparecimento de novas concorrências, resultado dos movimentos que se verificam na cadeia de distribuição”.

Fátima Barbosa

TURBOPEÇAS

“Devido ao grande leque de produtos existente no mercado, torna-se difícil satisfazer todos os clientes, pois todos procuram produtos diferentes. Uns preferem a qualidade e outros o preço, sendo uma tarefa difícil para o retalhista encontrar gamas que reúnam todas estas qualidades”.

João Marques e Carla Marques

NPEÇAS

“A maior dificuldade é mesmo a falta de apoio, preocupação e adaptação tanto dos fabricantes como dos grossistas e retalhistas face às novas realidades emergentes no mercado e às necessidades atuais e futuras das oficinas, que nos isolam no mercado e obrigam a desenvolver um trabalho imenso para empresas com dimensões reduzidas quando analisamos comparativamente”.