



BALCONISTA S/A



Nascido na oficina

Marcelo cresceu rodeado de carros e montou sua própria autopeças

Clássico Nacional

Opala: a primeira criação brasileira da General Motors

Onde foi parar a cor que estava aqui?

Mercado brasileiro mostra preferência por tonalidades menos chamativas



Você está com dificuldade de encontrar a coifa certa?

Uma Unika solução para diversas aplicações

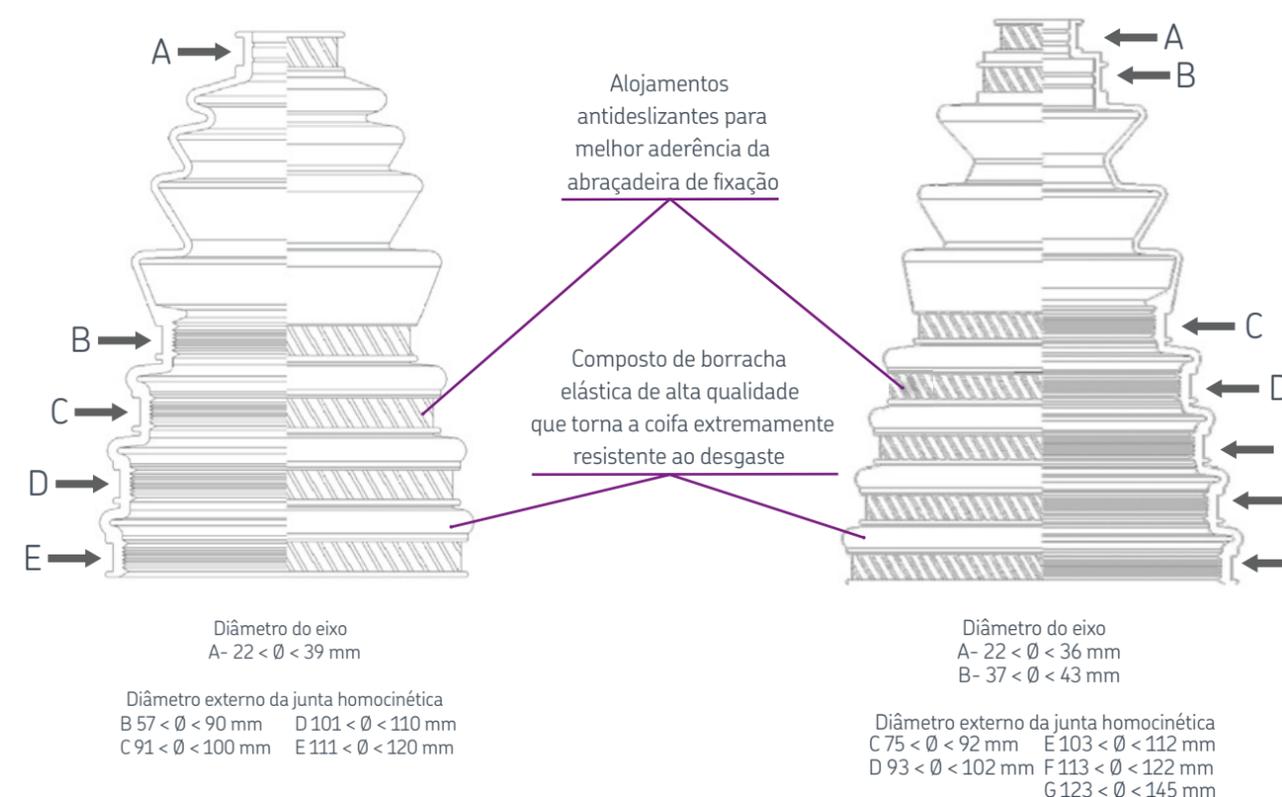
A SKF desenvolveu a coifa Unika para atender a frota de veículos de passageiros, comerciais leves e utilitários. A coifa Unika é compatível com juntas homocinéticas com diâmetro entre 57mm a 120mm para veículos de passageiros e diâmetros entre 75mm a 145mm para comerciais leves e utilitários.



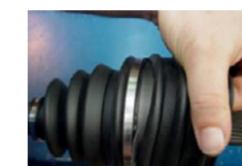
VKJP 01001 A



VKJP 01003 A



Ao instalar a coifa unika na junta homocinética, recomenda-se que a coifa seja cortada na medida certa, após apertar a abraçadeira.



22

OPALA 78

A primeira criação
brasileira da
General Motors



DIRETOR DE PLANEJAMENTO:
FABIO LOMBARDI

DIRETOR DE CRIAÇÃO:
GABRIEL CRUZ

CONSULTOR EDITORIAL:
CLAUDIO MILAN

DIRETOR DE ARTE:
PABLO NORONHA DE VIVO

JORNALISTA RESPONSÁVEL:
VINÍCIUS BOPPRÊ

JORNALISTAS:
DIOGO DOMINGOS
GUILHERME TORRES
BRUNO NUÑEZ
BRANDON VICENTE

REDATOR:
MARCELO POSSATO

EQUIPE DE ARTE:
EDUARDO VILA NOVA
VICTOR ROLIM
NATHALIA SILVEIRA

FOTÓGRAFO:
EDUARDO VILA NOVA

RELAÇÕES PÚBLICAS:
NATALIE CAMARGO

WP/N

8

**UM BALCONISTA NO
MAIOR PAÍS DO MUNDO**

O dia a dia de um profissional
do balcão na Rússia

36

**NASCIDO
NA OFICINA**

Marcelo cresceu rodeado de carros
e montou sua própria autopeças

43

**SALÃO DE
NOVA YORK**

Os melhores carros do
evento de Manhattan

60

**ONDE FOI PARAR A COR
QUE ESTAVA AQUI**

Mercado brasileiro mostra preferência
por tonalidades menos chamativas

EQUIPE SK:

DIRETOR COMERCIAL:
GERSON PRADO

COORDENADORA DE MARKETING:
MICHELE AVEIRO



RECONFIGURE SUAS IDEIAS

Especialista em mindset, Marcia Tiergarten acredita que o autoconhecimento é o caminho para o sucesso.



Escritora, palestrante, consultora empresarial e coach de negócios, Marcia Tiergarten se nomeia como uma Mindset Trainer. Há 20 anos, a profissional mergulhou no mundo dos negócios e percebeu que ali seria capaz de desenvolver sua principal ideia: a de despertar em diferentes pessoas uma mentalidade à prova do futuro.

Hoje, por infoprodutos, palestras e workshops, ela ajuda o público a dar vazão ao seu potencial criativo. “Minha proposta se baseia no autoconhecimento. Esse é o único conhecimento que eleva, efetivamente, a consciência e proporciona verdadeira autonomia”. Acompanhe a nossa entrevista com ela.

Todo empreendedor é um líder?

Se estamos falando de liderança como uma função hierárquica a resposta é não. Mas se estamos falando de liderança no sentido de seguir em frente em meio aos diversos desafios que um empreendimento requer, então eu diria que sim.

É importante entender que ser dono é diferente de ser diretor. Não necessariamente o “dono” consegue dirigir o seu negócio. Esse tipo de empreendedor, que é maioria, acaba gerando uma série de problemas, e alguns acabam levando o seu negócio à falência pelo alto custo de uma má gestão.

Ser líder é um dom ou é algo que desenvolvemos?

Essa é uma velha discussão que, na minha opinião, não leva a lugar algum. Pouco importa se o saber liderar é um dom ou é desenvolvido. O que importa é saber quais são as verdadeiras competências que um líder precisa ter. Liderar tem a ver com assumir a função de encabeçar equipes e protegê-las dos reveses naturais em qualquer negócio, abrir caminhos para uma passagem segura e eficaz, assumir todos os riscos de suas decisões e ter uma atitude de gratidão para com todos os que o ajudam.

Como se destacar num mercado tão competitivo?

Profissionais criativos não competem. Eles criam. Já aqueles cuja inércia mental não permite criar nada novo, estão sempre observando o que os outros estão fazendo para não ficarem pra trás. Eles sabem que se não agirem assim ficarão para trás. Sempre digo isso: quer se destacar? É muito simples. Faça o que ninguém está fazendo! Faça tudo aquilo que ninguém quer fazer.

É errado copiarmos estratégias de empreendedores de sucesso? Qual cuidado devemos ter nessas ocasiões?

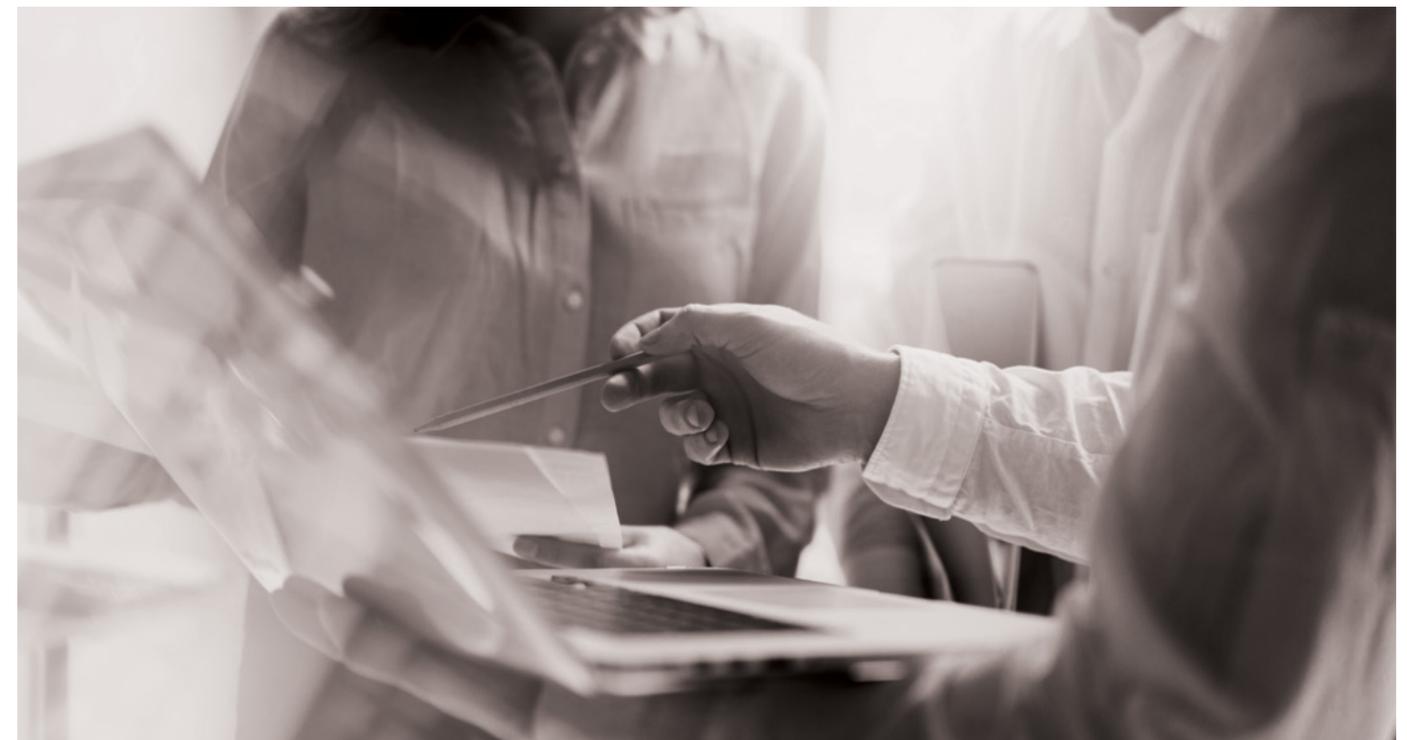
Como eu disse antes, profissionais ou empreendedores que têm a necessidade de copiar estão sofrendo de inércia mental. Penso que copiar é muito diferente de se ter uma referência. Referências são cruciais para o nosso crescimento porque impulsionam em nós aqueles mecanismos mais sutis que representam as reais necessidades de evolução. Aqueles que realmente são empreendedores são extremamente criativos e exigentes consigo mesmos. Eles têm ideais e usam referências que estão acima deles movidos pela necessidade de crescimento sabendo que precisam, e querem, colocar algo de si mesmos ali.

Qual dica você daria para alguém que tem medo de correr atrás dos seus objetivos empresariais?

Reconfigure o seu mindset para não ser um “maria-vai-com-as-outras”. Observe o padrão de pensamentos e comportamentos da maioria. Delete, mude ou hackeie esses padrões da sua programação mental. Não sabe como fazer? Procure aprender com quem sabe. Não desista de você mesmo se tornando, praticamente, um autômato que age movido por impulsos.

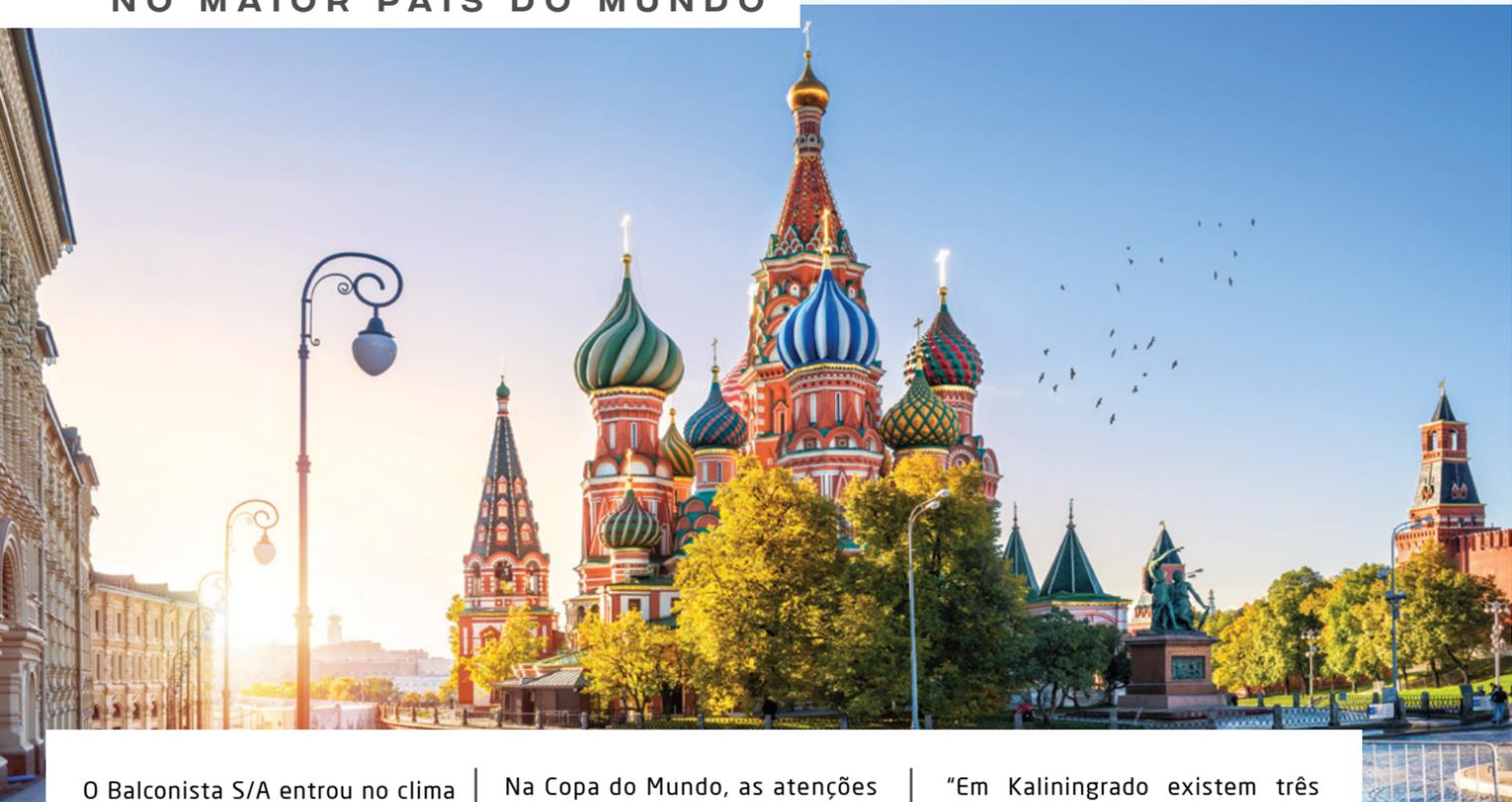
Qual o maior erro que podemos cometer durante a busca pelo sucesso?

Querer ter sucesso. Esse é o maior erro. Quer ter sucesso? Pare de correr atrás dele e passe os seus dias servindo todas as pessoas que, de uma forma ou de outra, chegarão até você. O sucesso odeia aqueles que correm atrás dele como se ele fosse uma mercadoria a ser vendida ou comprada. Tenha em mente que o seu objetivo de vida é viver. Não busque nada em troca a não ser a satisfação de dever cumprido.



UM BALCONISTA

NO MAIOR PAÍS DO MUNDO



O Balconista S/A entrou no clima da Copa do Mundo. O Intercâmbio aproveitou que o maior torneio do futebol mundial foi realizado na Rússia para descobrir como é o dia-a-dia de um profissional do balcão de autopeças neste país. O destino é uma das cidades-sede da competição: Kaliningrado.

A cidade situada à beira do Mar Báltico é a capital da província de Kaliningrado, um enclave russo entre a Polônia e a Lituânia. O local já foi dominado pelos poloneses, prussianos e alemães. Após o fim da Segunda Guerra Mundial, o território foi incorporado à União Soviética.

Na Copa do Mundo, as atenções foram voltadas à Arena Baltika, estádio do clube local FC Baltika. Com uma capacidade de 35 mil espectadores, o recinto de Kaliningrado sediou os seguintes jogos do Mundial: Croácia x Nigéria, Sérvia x Suíça, Espanha x Marrocos e Inglaterra x Bélgica.

Para saber mais sobre o balcão em Kaliningrado, procuramos a LAL-Auto, rede de autopeças fundada há 20 anos atrás. O balconista Kirill Irkhin, de 29 anos, é quem nos ajuda a descobrir a vida de um profissional na Rússia. Ele já trabalha na área há seis anos, depois de ter se formado na universidade técnica em 2012.

“Em Kaliningrado existem três cadeias de lojas de autopeças. Nosso estabelecimento tem nove filiais, enquanto as outras duas tem quatro cada. Além desses grandes varejos, existem outros 10 especializados em algumas áreas, como embreagem e rolamento”, explica Kirill.

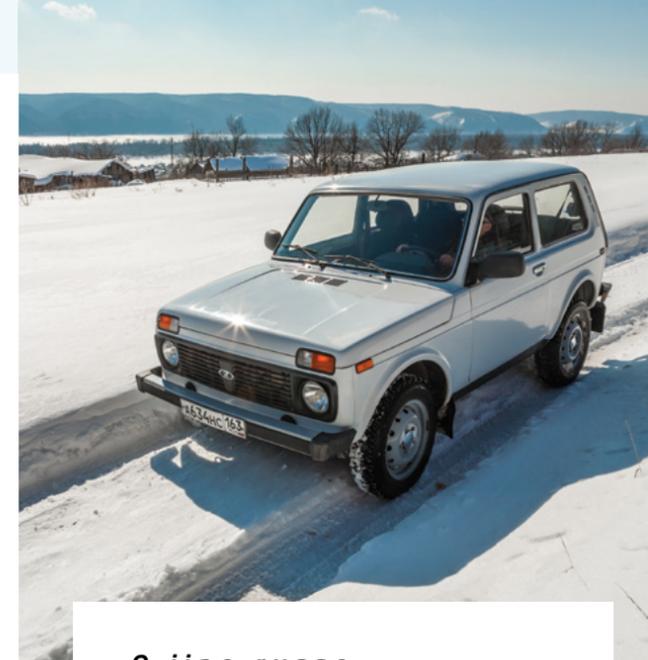
Ele cita que o péssimo asfalto influencia nos componentes requisitados pelos consumidores. “Pelos problemas nas estradas russas, as peças mais procuradas são da suspensão: pivô, coxim, barra de torção, bieletas, entre outros. Além disso, o óleo de motor também é muito solicitado pelos clientes que aparecem por aqui”, revela.

Kirill também nos conta que existem pedidos pontuais dependendo da época: “Há um ano atrás o problema mais comum era a tampa do termostato do motor 102 da Mercedes. Agora, ninguém mais vem com esse tipo de contratempo. Com a mudança climática, aparecem as deficiências nos sistemas de ignição: velas, bobinas e sensores”.

No dia-a-dia, Kirill dá uma base de quantos consumidores passam no balcão da LAL-Auto diariamente. “Por dia temos

cerca de uma centena de clientes ou um pouco menos, tudo isso para quatro balconistas”, diz.

Sobre a Copa do Mundo, o balconista de Kaliningrado diz que os funcionários da autopeça não foram guiados sobre o atendimento a torcedores que sofreram eventualidades na Rússia. “Nós não tivemos nenhuma instrução sobre o procedimento durante o Mundial. Foi difícil, porque a maioria dos comerciantes não fala bem o inglês”, revela.



O jipe russo

Um dos símbolos da Rússia são os carros da Lada. Mas um modelo em específico fez muito sucesso nos quatro cantos do mundo: o Niva. Ele foi o primeiro veículo off-road de produção em massa a apresentar uma arquitetura monobloco, suspensão dianteira independente com molas helicoidais, um antecessor dos SUVs crossover de agora.

O Niva começou a ser produzido em 1977 e continua sendo fabricado até hoje. Atualmente, os modelos são batizados de Lada 4x4 e continuam fazendo sucesso. “Vemos poucos carros russos (Lada, GAZ, UAZ) em Kaliningrado. Apesar disso, todos amam o Niva para ir pescar ou caçar, além do seu preço atrativo”, conta Kirill.

O modelo ultrapassou as fronteiras da antiga União Soviética e chegou ao Brasil na abertura das importações em 1990. Logo, o carro passou a ter um fã-clube expressivo em território brasileiro. O balconista Kirill Irkhin ficou impressionado em saber que o jipe da Lada faz sucesso por aqui: “Muito legal saber que eles têm fãs tão longe”.

RÚSSIA

Sede da copa do mundo 2018

Federação Russa

Capital: Moscou

Localização: Europa/Ásia

Língua Oficial: Russo

144 milhões de habitantes

Moeda: Rublo



TECFIL LANÇA NOVO APP

A maior fabricante de filtros da América Latina agora está na palma da sua mão. O novo aplicativo da Tecfil está cheio de novidades. Com ele, é possível acessar o catálogo de forma rápida, conferir todos os lançamentos de filtros, salvar favoritos, conferir dicas e muito mais. Veja a seguir em apenas 3 passos como é fácil baixar o aplicativo Tecfil:



PASSO 1:

Acesse no seu dispositivo a loja de aplicativos correspondente à sua plataforma. Play Store para dispositivos Android e App Store para iOS.



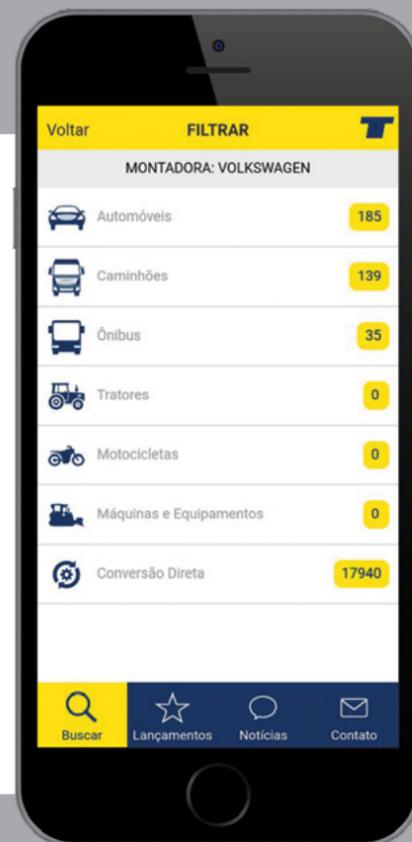
PASSO 2:

Após acessar, pesquise o aplicativo Tecfil e clique em baixar.



PASSO 3:

Aguarde fazer o download, faça o cadastro de primeiro acesso e pronto, você já vai poder acessar todo conteúdo Tecfil de forma rápida e gratuito!



Para demais informações, acesse: www.tecfil.com.br ou entre em contato com o sac@tecfil.com.br.

POWERED BY:

Filtros
Tecfil
A qualidade que é líder.

PHILIPS

LED Automotivo

A linha de LED Philips para faróis está mais completa.

A linha de LED Philips para faróis automotivos está mais completa. Chegou a lâmpada LED H7 para faróis alto e baixo. Ela combina estilo incomparável de 6200K, 160% mais luminosidade, durabilidade de até 8 anos, facilidade de instalar e claro, a tecnologia Philips, que garante a projeção da luz nos locais corretos, sem ofuscar outros motoristas.

Além da lâmpada H7 a linha LED Philips ainda conta com os tipos H4 e luz de neblina (H8, H11 e H16).

Seja bem vindo ao futuro com as lâmpadas LED Philips

+160%

Maior visibilidade,
maior segurança

6200k

Luz branca e
moderna de 6200 K

Safe
Beam

Projeção da luz nos
lugares corretos, sem
ofuscar



A instalação das lâmpadas de LED caracteriza mudança de tecnologia e deve constar no documento do veículo. A Lumileds não aceitará qualquer responsabilidade e / ou penalidade, é de sua responsabilidade utilizar as lâmpadas de LED retrofit de acordo com os requisitos legais aplicáveis.

www.philips.com.br/auto

UNIVERSIDADE DO BALCÃO

Com a ajuda de Fábio Prado Lima, o engajamento é o tema da vez

Engajamento é uma palavra que tem ganhado novos significados com a chegada das novas tecnologias e, principalmente, das redes sociais. Hoje, ter um bom engajamento significa estar próximo dos seus consumidores.

Para poder explicar como funciona o engajamento nas redes, a Universidade do Balcão foi atrás do especialista em marketing digital, Fábio Prado Lima, publicitário e fundador da AdResults, agência com grande experiência em Facebook Ads e Instagram Ads.

Atualmente, 66% dos brasileiros usam a internet. Desse público, 94% estão no Facebook e 41% no

Instagram. Fábio alerta que quem ainda não utiliza essas redes sociais para se comunicar com o público deveria começar imediatamente.

Fábio Prado Lima dá dicas de como alguém que está no começo de sua aventura pelas redes pode se comportar. Para o especialista, a melhor maneira de vender algo não é insistindo, mas sim com a geração de valor.

“O que é gerar valor? Não é financeiro. Se o público sentir que você é útil e se conecta com ele de alguma maneira, mais fácil é para conseguir um ‘sim’ na hora de uma venda”, explica Fábio.

“A cada 10 posts, gerar valor em oito deles e em no máximo dois tentar fazer uma venda. Porque se você só tentar comercializar algo, isso fica chato e o público para de se envolver. E com a falta de engajamento, o Facebook irá reduzir a porcentagem

de pessoas que verão suas postagens orgânicas (conteúdo que não é pago)”, adverte Fábio.

Ainda sobre “gerar valor”, um grande erro que muitos têm cometido nas redes sociais é publicar conteúdo

político. “Muitos podem não compartilhar das suas mesmas ideias e cria-se uma grande barreira para abraçar a maioria do seu público. Evite isso”, alerta.

INVISTA NISSO

“Crie anúncios do seu conteúdo para ampliar a escala e a velocidade dos seus resultados. Não é problema pagar por anúncios para alcançar pessoas que podem ser um potencial consumidor do seu serviço. Comece com uma pequena quantia, escolha um conteúdo que ache interessante para o seu público, como uma grande promoção, por exemplo. Comece, nem que seja com pouco dinheiro”, aconselha Fábio.

DICAS PARA GERAR VALOR COM O SEU PÚBLICO

- **Dialogar:** Ouvir e responder o seu público
- **Educar:** Criar uma conexão com seu cliente através de ensinamentos. Tutoriais de como trocar algumas peças, por exemplo.
- **Entreter:** Usar humor de maneira inteligente para entreter o público
- **Informar:** Dar dicas e noticiar algumas novidades
- **Inspirar:** É difícil, mas podemos inspirar o público através de um conteúdo
- **Converter:** Gerar de fato uma venda. Com uma publicação de um produto ou serviço ou a longo prazo, com o seu conteúdo e sua conexão, já que, quando precisar de algo, irá lembrar do seu negócio



OUTROS CONSELHOS

Fábio aponta o CGPU (Conteúdo Gerado Pelo Usuário) como algo a ser utilizado. Verificar se algum cliente mandou uma foto com um produto comprado na loja e pedir autorização ao mesmo para essa divulgação. Isso mostra que seu negócio valoriza o consumidor.

O formato Stories no Instagram ou Facebook também é um tipo de conteúdo a ser explorado. As pessoas tendem a se

interessar muito por fatos recentes, das últimas 24 horas.

Por último, sempre usar hashtags e marcações de localização em suas postagens. Quando você usa esse tipo de interação, pessoas que normalmente não fazem parte de seu público podem descobrir seu conteúdo.

ENGAJAMENTO

Ela é usada constantemente. Mas, ainda assim, poucos entendem o seu significado. A palavra engajamento, literalmente, representa o ato de participar voluntariamente de algum trabalho ou atividade. Ela traduz o envolvimento, a interação e o relacionamento orgânico de um público com determinada marca. Mesmo com essas explicações, é preciso ir além dessas simples definições, aplicando o termo corretamente em suas estratégias empresariais.

DE ONDE VEM?

Os primeiros estudos sobre o assunto surgiram por pesquisas acadêmicas de marketing. Em 2005, a primeira definição do termo foi levantada por René Algesheimer, que defendia o engajamento como uma influência positiva de identificação da comunidade com a marca. Por meio da motivação intrínseca do consumidor, é possível interagir e/ou cooperar.

PARA QUE SERVE?

O maior propósito desse trabalho é gerar uma interação íntima entre a marca e os seus seguidores. Um engajamento efetivo gera diálogo, encoraja o papel de facilitador da empresa e promove a identificação do público com a marca. Outras consequências dessa ação são lealdade, confiança e ligação emocional com o prestador do serviço/produto. É válido frisar que essa experiência positiva pode influenciar outras pessoas a buscarem tais resultados também.

COMO USAR?

A primeira etapa do engajamento é conhecer o seu público. Por mais que isso seja óbvio, é necessário entender quais são as expectativas dele quanto aos seus serviços. Após isso, compartilhe conteúdos relevantes em suas páginas. Ajude seus seguidores a encontrarem o que procuram e resolverem os seus problemas. O visual é outro fator importante. Com ele é possível aflorar o emocional do público. Crie chamadas cativantes e com apelo emocional. A partir delas motive o diálogo com seus seguidores. Faça-os serem ouvidos e eles retornarão.

FATOS E BOATOS

Acessório obrigatório na legislação brasileira de trânsito, o retrovisor é um item de segurança importante nos veículos. Normalmente, os carros possuem três retrovisores, dois nas laterais e um no centro do vidro dianteiro. A seguir descubra alguns Fatos e Boatos sobre esta peça:

FATOS

QUALQUER DANO PODE SER RECUPERADO

O problema pode ser grande, mas sempre existe um jeito. No caso dos retrovisores, até os danos mais extensos têm alguma solução.

A troca da capa externa e a substituição da peça já renovam o seu estado. A recuperação da base plástica também pode ser realizada, mas o serviço custa a partir de R\$ 200.



POLIR RESOLVE OS ARRANHÕES NO RETROVISOR

Um bom polimento pode evitar muito aborrecimento. Os arranhões mais leves podem sumir do seu retrovisor se essa prática for adotada com mais frequência. Eles vão parecer novinhos em folha.

RETROVISORES AJUSTADOS A 90 GRAUS TEM MENOS PONTOS CEGOS

Os retrovisores externos ou laterais devem estar ajustados a 90 graus para melhorar a visibilidade do motorista. Muitos posicionam eles para enxergar a lateral do veículo, o que é um erro. No ângulo correto, o condutor verá a pista e reduzirá significativamente os pontos cegos.

BOATOS

O ESPELHO COMUM TEM O MESMO EFEITO DO UTILIZADO NO RETROVISOR

Não. Por ser plano, a distância do reflexo do objeto é a mesma que o objeto real se encontra no espelho. A curvatura do retrovisor dá ao motorista um campo de visão maior. Apesar de parecerem planos, esses itens têm um "formato esférico convexo", o que aumenta a região observada.

OS CARROS SEMPRE TIVERAM O ESPELHO DO RETROVISOR COMO CONHECEMOS ATUALMENTE

O primeiro espelho retrovisor é uma invenção creditada à francesa Davy de Cussé em 1897. Diferente de hoje, o item que ela utilizou tinha o formato plano. Os convexos demoraram para equipar os carros. Apenas em 1970 que o governo dos EUA obrigou a adoção deles como componente de segurança.

PARA O CORAÇÃO DE SEU VEÍCULO,



MANGUEIRAS DE ARREFECIMENTO DAYCO



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



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



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

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

A Dayco é a marca que você confia.

SOOBBRE

O velocímetro pode parecer banal, mas seu funcionamento é muito mais complexo do que parece. Também conhecido como marcador de velocidade, essa utilidade dos automóveis é muito importante para ajudar o motorista a se adequar à velocidade regulamentada da pista.

COMO FUNCIONA:

ELETRÔNICO :

Normalmente esse item está acoplado a um sensor, que conta os pulsos elétricos girados pelos giros do motor. Um minicomputador lê essas pulsações e gera a informação, ou seja, os quilômetros por hora.



MECÂNICO :

Nos carros mais antigos, que utilizam o velocímetro mecânico, o giro das rodas é passado a um ímã por intermédio de um cabo. Esse ímã gira e, conseqüentemente, cria um campo magnético, que movimenta o eixo dos ponteiros. Quanto mais rápido esse ímã roda, mais o ponteiro sobe, mostrando, portanto, uma velocidade maior.

ERROS NO VELOCÍMETRO

Pode até parecer estranho, mas é relativamente normal. Os velocímetros trabalham com uma margem de erro que visa "enganar" os motoristas que abusam da velocidade. Por isso, quando o marcador indicar, por exemplo, 40km/h, a velocidade real deve variar entre 35 e 38km/h. Isso acontece porque até os 80km/h, velocidade padrão de uma rodovia, a margem de erro fica entre 5 e 8km/h.

NÃO ADIANTA CORRER

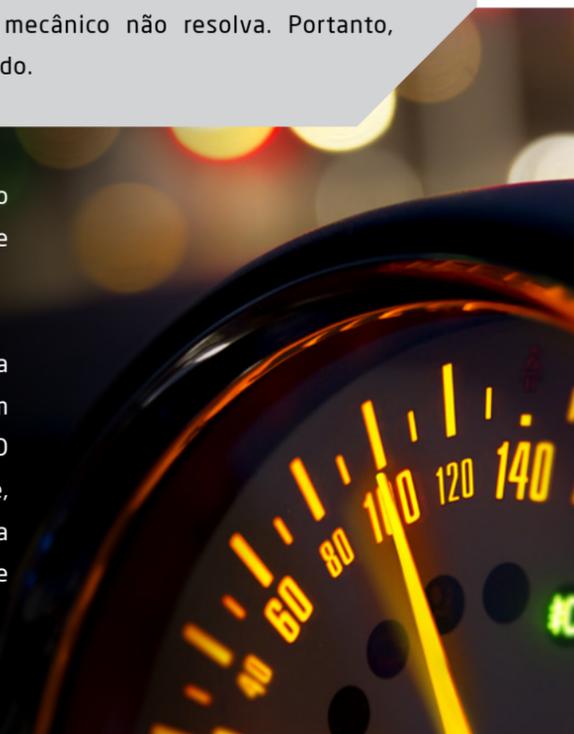
Em compensação, se o velocímetro indicar velocidades mais altas, a margem de erro aumenta. Caso o motorista atinja 140km/h, a velocidade real provavelmente será de 130km/h, evitando que os "pilotos" atinjam velocidades tão altas quanto realmente parecem.

Entretanto, os velocímetros precisam de atenção. Após longo tempo de uso, eles podem perder a calibragem, mas nada que um bom mecânico não resolva. Portanto, fique ligado.

NÃO É COMO PARECE

O velocímetro, além de indicar uma velocidade maior que o automóvel realmente está, também pode mostrar uma escala de velocidade que não condiz com a real capacidade do carro.

Muitos velocímetros possuem escalas que chegam, por exemplo, a 270km/h. Como explicar, então, que esses mesmos carros mostrem no manual que chegam a meros 200km/h? Simples, marketing. O motorista pode até achar que possui uma máquina pra lá de potente, mas a potência do motor pode não fazer com que o carro atinja aquela velocidade máxima aparente no velocímetro. Por isso, confie sempre no manual.



DUELO NO BALCÃO

Para saber quem são os balconistas mais informados e competentes do Brasil, o Balconista S/A apresenta o Duelo no Balcão. A disputa reúne dois profissionais do ramo em uma gincana de perguntas e respostas e um desafio de agilidade.

Após a estreia do Duelo no Balcão, vencido pelo balconista Tiago Imperiano, o Balconista S/A continua na busca dos profissionais mais informados e competentes do Brasil em uma divertida gincana.

A segunda edição do Duelo no Balcão foi na Domínio Auto Peças, localizada em São Paulo (SP), no bairro Aricanduva. O confronto no nosso quiz de inteligência, rapidez e agilidade foi entre o Daniel e o Nino.

Confira como foi esse Duelo no Balcão e veja mais sobre essa disputa no canal do YouTube do Balconista S/A. Não perca!

Baixe o leitor de QR Code no seu celular e assista ao primeiro duelo de balconistas



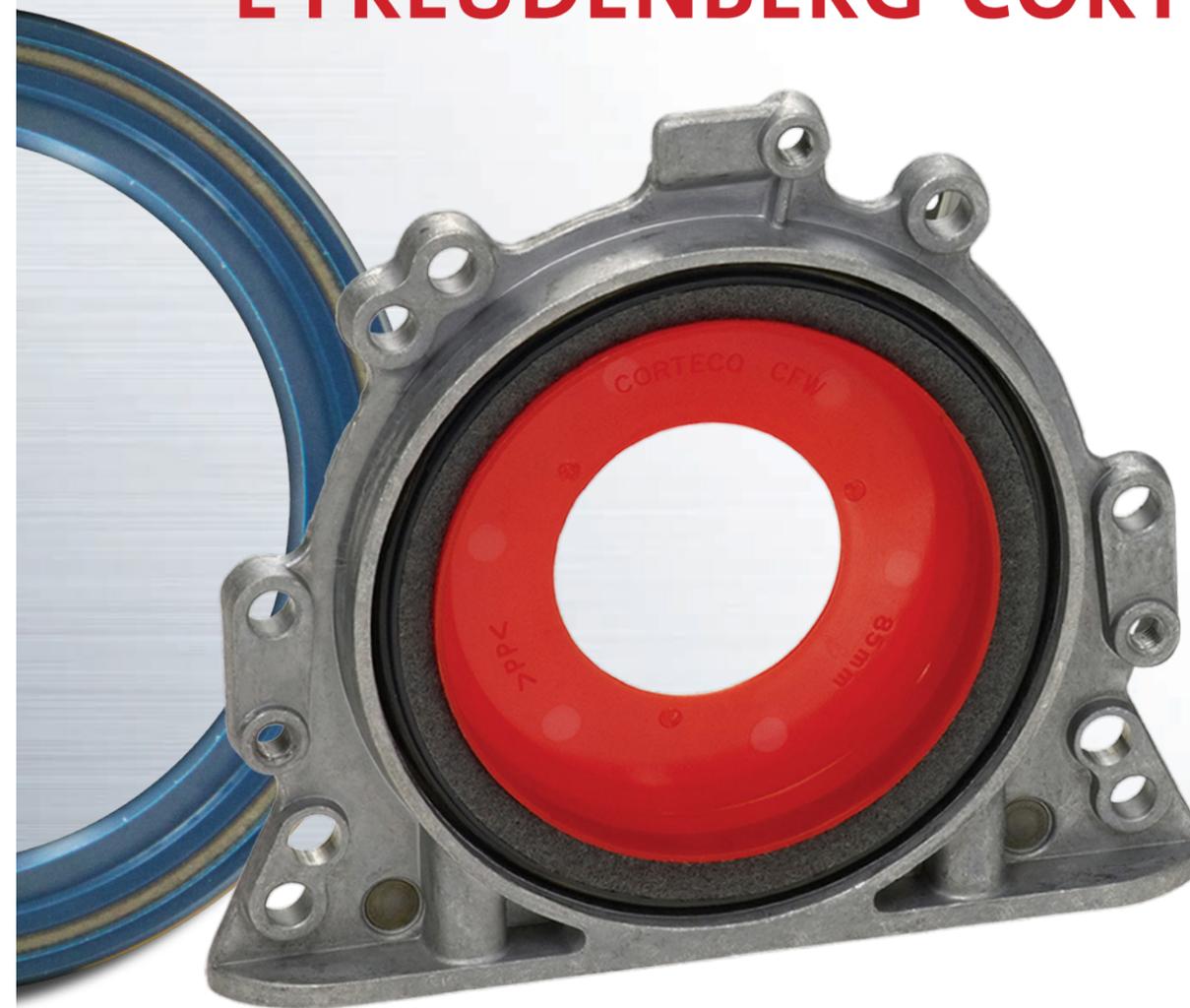
Nome: Daniel Damaceno
Idade: 22
Especialidade: Lataria e acessórios
Tempo de balcão: 4 anos

Nome: José "Nino" Alves
Idade: 46
Especialidade: Lataria e acessórios
Tempo de balcão: 22 anos



FREUDENBERG-NOK
TECNOLOGIA EM VEDAÇÃO

RETENTOR DE QUALIDADE É FREUDENBERG-CORTECO!



Líder na fabricação de produtos originais em todas as montadoras, a Freudenberg-Corteco oferece a maior variedade de retentores para o mercado de reposição - com qualidade original - desenvolvidos especialmente para o seu veículo.

Seja **Original**, seja **Freudenberg-NOK**

www.corteco.com.br



Divisão de Reposição

OPALA 78

Um ícone nacional. O Opala foi a primeira criação brasileira da General Motors. Com quase 50 anos, o modelo permanece adorado pelos apaixonados por carros antigos

No dia 23 de novembro de 1968, há quase 50 anos, era apresentado aquele que seria um dos maiores ícones da indústria automobilística brasileira. Já faziam alguns anos que a General Motors do Brasil queria lançar um automóvel genuinamente brasileiro, que atendesse os gostos do consumidor local. Assim, a montadora trabalhou por muito tempo no Projeto 676, um modelo que combinava a carroceria dos alemães Opel Rekord C e Opel Commodore A, com a mecânica do norte-americano Chevrolet Impala. Nascia assim, no VI Salão do Automóvel de São Paulo, um automóvel cultuado, desejado e admirado: o Chevrolet Opala.



A trajetória desse veículo foi tão importante que, hoje, ele é um dos mais cobiçados pelos aficionados por antigomobilismo. Um destes entusiastas é Fábio Baltazar, que já tinha um Opala Comodoro 1983, quando foi atrás de um Opala de Luxo 1978, o Placa Preta dessa edição. "Depois de pegar bastante estrada com o Comodoro 83, eu comecei a procurar um Opala mais antigo, que é muito raro hoje em dia. Um dia no trabalho meu amigo me ligou e falou que tinha visto no Facebook um para vender em Guarulhos. Como eu trabalho em Alphaville pedi para ele ir ver o carro para mim. Depois ele me ligou falando que o carro tava íntegro, com uma excelente estrutura, num preço muito bom. Liguei pro vendedor, negociei, comprei, paguei, e só fui ver efetivamente o carro no dia seguinte", conta Fábio.





A partir daí, começou um processo de restauração minucioso e trabalhoso, já que as peças para o Opala são cada vez mais difíceis de serem encontradas. “Eu que fiz todo o processo da Placa Preta, junto com o Opala Clube ABC, que me ajudou bastante. Mas ainda estou buscando alguns detalhes, como os frisos. O problema é que algumas partes são complicadas de encontrar e, quando você encontra, custam caro. Para você ter uma ideia, eu procurei por três meses a lanterna original Bianco Savino.” Fora isso, um dos momentos mais “marcantes” do processo de restauração foi a instalação do famoso teto de vinil Las Vegas. “Eu comprei esse Opala justamente para colocar o teto Las Vegas. Mas, a gente que gosta de carro, nunca gosta de ver ele desmontado. Quando eu cheguei na oficina para acompanhar o processo, ele estava todo furado. Não é a melhor coisa de se olhar não, é melhor deixar para ver só no final. Na hora eu até pensei, ‘o que foi que eu fiz?’, mas no final deu tudo certo.”

Mesmo com o trabalho e com os custos que um carro antigo carrega, Fábio garante que vale a pena. “Quando você está na rua, parado em um farol, e chega alguém do lado e pede para você acelerar, buzinar, vem o reconhecimento de todo o cuidado que você teve com o carro. Mesmo tendo menos tecnologia que os modelos atuais, o automóvel antigo chama atenção. As pessoas me enchem de perguntas, sobre os cuidados necessários, sobre os detalhes. Fora isso, tem muita gente que lembra da infância, dizendo que tinha um Opala na família, que viajava muito com ele. Isso é o que eu mais gosto. Claro, não menos importante, para mim, é uma fuga. Um momento meu, em que eu mexo em algo que eu gosto, que me deixa mais tranquilo, mais relaxado.”

MODELO - OPALA DE LUXO
MARCA - CHEVROLET
ANO - 1978
PAÍS - BRASIL
MOTOR - SEIS CILINDROS





Outro ponto alto dos apaixonados por carros antigos são os passeios, organizados pelos diversos grupos especializados no assunto. O Opala, por exemplo, conta com clubes em diversos cantos do país, o que mostra o tamanho do sucesso que o veículo alcançou. "O mais engraçado dos passeios é quando você para no pedágio. Você é transportado no tempo. Olhando em volta parece que voltou aos anos 70, tamanha a quantidade de carros Placa Preta parados. Aproveito muito as viagens nas estradas. O meu carro de dia a dia eu uso para ir trabalhar. Não que não seja bom, mas prefiro dirigir por prazer."

Agora, Fábio não só não pensa em vender seu Opala, seis cilindros, álcool, câmbio "Clek Clek" quatro marchas e rodas originais SS, como também diz que está longe de investir em outro Placa Preta. "Só vendo por uma oferta muito boa. Tô com ele há pouco tempo, ainda faltam algumas coisas que eu quero melhorar. E para comprar outro só se for um Caravan (perua derivada do Opala), porque aí eu vou ter lugar para dormir, já que minha esposa vai me colocar para fora" brinca.

Baixe o leitor de QR Code no seu celular e confira a entrevista em vídeo com Henrique Romanos



"Na minha loja, nós conseguimos atender a maior variedade de clientes usando a gama de produtos Bosch."

Alceni Koch Liston
Varejo Unipeças - Curitiba/PR

#ComBoschEuMeGaranto



Faça revisões em seu veículo regularmente.



Faça como a Alceni, aplique peças Bosch e garanta qualidade, durabilidade e a melhor tecnologia.

f /pordentrodocarro
/autopeçasbosch



BOSCH
Tecnologia para a vida



OPALA

Receita de sucesso que surgiu da combinação da carroceria dos alemães Opel Rekord C e Opel Commodore A, com a mecânica do norte-americano Chevrolet Impala.

AMIGO BOM DE PEÇA

COMPLETA UM ANO E LANÇA PODCAST

O programa "Amigo Bom de Peça", direcionado a mecânicos de todo o País, completou um ano de existência no último mês de abril. Focado na geração de conteúdos técnicos disponíveis na web e em mídias sociais, o programa completa o ciclo com mais de 2.500 profissionais registrados e mais de 9.000 certificados de cursos online emitidos.

Para aumentar ainda mais o relacionamento com esse público, a ZF Aftermarket lançou mais uma iniciativa pioneira para a indústria de autopeças brasileira: o Podcast "Amigo Bom de Peça", feito exclusivamente para mecânicos. Essa ferramenta digital é um programa personalizado que pode ser ouvido em streaming ou baixado como arquivo mp3 para ser reproduzido em diferentes dispositivos (celular, notebook ou desktop).

O Podcast "Amigo Bom de Peça", tem duração em média de uma hora, sendo apresentado pelo jornalista automotivo Léo Doca. O programa tem reportagens especiais com jornalistas renomados, participações de reparadores, além de quadros fixos, como é o caso das "Dicas Técnicas", "Papo de Oficina" e "Novidades da Indústria Automotiva", além de matérias

especiais de interesse do público mecânico. O primeiro podcast pode ser acessado no site oficial do programa:

www.amigobomdepeca.com.br

"Os números de performance obtidos após 12 meses nos mostram que o setor de reparação brasileiro recebeu muito bem o Programa "Amigo Bom de Peça", aponta João Lopes, diretor da ZF Aftermarket América do Sul.

Com o sucesso, o programa ultrapassará fronteiras: "O 'Amigo Bom de Peça' será lançado em espanhol na Argentina e Colômbia. Será a mesma plataforma e com o mesmo conteúdo já produzido para o Brasil", explica Fernanda Giaccon responsável pelo marketing da ZF Aftermarket.

POWERED BY:



MOTOR

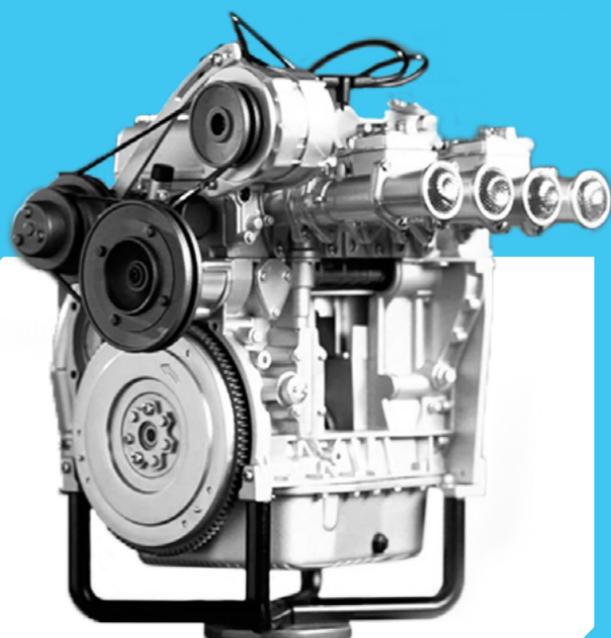


RENAULT CLÉON-FONTE

Por mais de quarenta anos este motor foi responsável por equipar os automóveis compactos da Renault. Porém, sua fama não ficou restrita apenas ao país francês. Mesmo aparecendo no Brasil apenas em carros de outras montadoras, ele serviu de inspiração para um motor que foi muito popular por aqui. Saiba mais sobre o Renault Cléon-Fonte.

1962

Nascido em 1962, o Cléon-Fonte, conhecido também como Sierra ou C-Type, foi uma invenção extremamente tecnológica para a época. Batizado em homenagem ao nome da fábrica que produzia o motor, o C-Type foi fabricado até 2004, sendo substituído aos poucos pelo E-Type, criado nos anos 80.



O responsável pela criação do Cléon-Fonte foi o engenheiro René Vuillat. Na época, a criação de Vuillat foi considerada confiável e robusta, o que explica a longevidade do motor no mercado. O C-Type apareceu pela primeira vez no Salão de Genebra de 1962, instalado no Renault Floride S. Ele foi comercializado em carros da Renault em países como Portugal, Espanha, Turquia, Colômbia e Argentina.

FUNCIONAMENTO

O C-Type era um clássico quatro cilindros em linha do tipo OHV (Over Head Valve, em inglês), ou seja, tinha as válvulas fixadas na cabeça do motor. Além disso era refrigerado a água, contava com virabrequim de cinco mancais, árvore de cames lateral e operava as válvulas por meio de varetas, balancins e uma cabeça de cilindro de alumínio.



BRASIL

Mesmo sendo equipado em carros como o Renault Gordini, que foi vendido no Brasil, o Cléon-Fonte apareceu pelas ruas brasileiras apenas em carros de outras montadoras. Isso porque, o Gordini nacional, fabricado em uma parceria entre Renault e Willys Overland, era equipado com o motor Ventoux, o mesmo usado no Dauphine, outro veículo da montadora francesa que fez sucesso no Brasil. Por outro lado, a Ford Brasil e a Volkswagen Brasil usaram o C-Type em carros como Corcel e Gol. O Cléon-Fonte agradou tanto ao mercado que foi a inspiração para o desenvolvimento de um motor feito por aqui. A Ford encontrou nele exatamente o que queria: um motor econômico de quatro cilindros extremamente suave e de pouco ruído. Assim surgiu o Ford CHT, que estreou em 1984 na versão Mark III do Ford Escort e, depois, apareceu em carros como Del Rey e Verona.



DE VOLTA PARA O FUTURO

A cada dia, novos itens automotivos surgem para deixar o trânsito mais seguro. O mercado de automóveis evoluiu também para deixar nossos carros mais seguros em relação ao mundo externo. Hoje, o sistema de travamento e alarmes faz com que os automóveis pareçam verdadeiras fortalezas. Porém, nem sempre foi assim.

POR CHAVE

As chaves clássicas, de metal, já foram um dia apenas usadas para abrir o carro. O Ford T em suas primeiras gerações utilizava uma chave que "liberava" o automóvel. Porém, sempre que se deslocasse, o motorista precisava de ajuda externa para girar uma alavanca que ficava próxima ao para-choque dianteiro. Ela acionava o motor. Após isso, veio a chave clássica, como conhecemos a até pouco tempo atrás, que podiam abrir o carro e dar a partida.



POR CONTROLE



Apesar de alguns carros ainda utilizarem a chave comum de metal para abertura e acionar a ignição, alguns já utilizam as "chaves inteligentes". Para abrir e fechar o carro, existe um controle que pode fazer isso mesmo a certa distância. Na hora da ignição, pode ser necessária ou não a chave, já que alguns modelos contam com um botão próximo ao volante que apenas detecta a presença do controle e libera o funcionamento, dificultando o furto, por exemplo.

POR BIOMETRIA

Apesar de parecer distante, o sistema de biometria vem aí. A Continental apresentou seu sistema de acesso biométrico em 2017, numa convenção em Las Vegas. Para fazer com que o motor ligue, o motorista deve fazer autenticação de digital. Durante esse processo, uma câmera faz o reconhecimento facial do motorista, ajustando as características do carro, como a temperatura do ar condicionado. Ao que parece, as máquinas estão ficando cada vez mais flexíveis. Melhor para nós.



AMIGO
BOM DE
PEÇA
1
ano



AFTERMARKET

LEMFÖRDER SACHS TRW

“
Porque sem
conhecimento
não tem como
trabalhar.”



Clóvis Rodrigues | Itapetininga - SP
Oficina Casa do Lubrificante

O Clóvis não perde uma videoaula do Amigo Bom de Peça: a plataforma de ensino a distância sobre reparação da ZF. Um programa 100% gratuito com treinamentos, certificados e muito conteúdo para você levar para a oficina. **Faça como o Clóvis e os mais de 2.500 mecânicos inscritos, seja bom de peça.**

Todos juntos fazem um trânsito melhor.

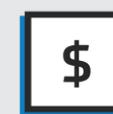
Veja o vídeo:



MAIS DE 7.000
CERTIFICADOS
EMITIDOS



MAIS DE 20
VIDEOAULAS



CONTEÚDO
INTEIRAMENTE
GRATUITO



amigobomdepeca
.com.br



AMIGO
BOM DE
PEÇA



NASCIDO NA OFICINA

Devido ao negócio do seu pai, Marcelo cresceu rodeado de carros. Lá, descobriu que o seu futuro estaria no varejo automotivo. Com o apoio da família, montou a Autopeças Gian, que já comemora 28 anos de história.



Diferentes carros lotavam a garagem da sua oficina dia após dia. Entre as peças e as ferramentas sujas de graxa, Marcelo caminhava mais uma vez em direção ao almoxarifado do negócio do seu pai. "Comecei a trabalhar com ele aos 15 anos de idade", conta. No período que passava lá, ele assumia o controle de todos os materiais, que entregava aos mecânicos, além de organizar as peças que chegavam.

Ainda que tenha tido uma adolescência diferente das outras pessoas, a sua vontade sempre foi de estar ali. Fascinado por carros desde pequeno, o empresário aprendeu a manobrá-los com apenas 13 anos. "Essa paixão sempre esteve em mim". E de fato esteve. Com 15 anos, ele já tinha habilidade para sair

dirigindo sozinho. O anseio pelo controle não estava concentrado só no volante. Enquanto dirigia pelas ruas da cidade, Marcelo imaginava como poderia controlar a própria vida.

O objetivo de conquistar suas próprias batalhas e de alcançar a sonhada independência o estimulou a traçar o próximo passo: a matrícula no curso de administração. Para ele, a decisão foi clara. O relacionamento que tinha com cada cliente da oficina

mostrou que a gestão de um negócio poderia ser o caminho certo. "Eu não gostava da parte mecânica. Nunca senti que era o meu perfil, sabe? Então me identifiquei com a parte administrativa. Acho que sempre gostei de interagir com pessoas".

A formatura já se aproximava e Marcelo ainda não tinha uma ideia clara em sua mente. Foi ao refletir sobre o seu trabalho no negócio do seu pai que tudo despertou. "Eu tinha o contato de todos os fornecedores, exatamente porque

a gente comprava do próprio distribuidor. Então, eu já tinha conhecimento de mercado. Sabia onde comprar e de quem comprar". Ele colocou então essas ideias para amadurecer e com o tempo soube que queria montar seu próprio negócio: uma autopeças.

"Meu pai me ajudou bastante no começo. Ele que cedeu o espaço, um prédio vizinho a oficina. E também ajudou no capital inicial". Com mais duas pessoas, eles assumiram todas as responsabilidades do empreendimento





“QUERO QUE
MEUS FILHOS
TENHAM MAIS
SUCESSO DO
QUE EU MESMO
PUDE TER”

Compras, cadastramentos, listas de preços e organização do estoque eram feitos pelos três. Além dessas obrigações, todos ainda tinham que vender e entregar os produtos para clientes. “O começo foi um período difícil.”

Com o tempo veio a setorização. Pouco a pouco, novos funcionários ocuparam funções que estavam sobrecarregadas.

Logo três se tornaram oito. Oito se tornaram doze. E doze se tornaram dezoito. Dezoito funcionários que formavam a Autopeças Gian. O crescimento poderia fazer com que a proximidade com o público se perdesse. Mas o criador nunca perdeu o foco. Sabia que o bom relacionamento com os funcionários era preciso para um crescimento conjunto. “São eles que agregam o cliente, eles que

conseguem fazer a empresa progredir.”

Hoje, a autopeças já conta com vinte e oito anos de história. E assim como qualquer outro empreendimento, seu enredo conta com episódios bons e ruins. “Nós já passamos por várias crises ao longo desses 28 anos, e graças a Deus conseguimos superar todas elas.”

Um dos momentos superados surgiu há 13 anos. Em uma manhã, ao perceberem o dano no quadro de força e a ausência de boa parte do estoque, os funcionários chamaram Marcelo e o informaram que havia algo errado. Quando chegou, viu um buraco na parede, e entendeu que havia sido roubado.

Ele não gosta de relembrar a história. Prefere deixar que a memória cultive os momentos bons e os frutos que a trajetória

rendeu. “Quando eu montei a loja eu era solteiro. Hoje sou casado, tenho dois filhos e ambos trabalham comigo.” Saber que o sonho cultivado há anos crescerá pelas próximas décadas é inexplicável para ele. Quando perguntado sobre o seu maior sonho, nem mesmo hesita em dizer: “Quero que meus filhos deem continuidade ao negócio e tenham mais sucesso do que eu mesmo pude ter”.



FAÇA COMO OS ESPECIALISTAS, APLIQUE PEÇAS SAMPEL E GARANTA QUALIDADE, DURABILIDADE E A MELHOR TECNOLOGIA.



SUPORTES DE AMORTECEDOR COM ROLAMENTOS ORIGINAIS

E.C.
Grupo Estevão Caputto



Sampel, fornecedora de componentes originais para Sistemistas e Montadoras: Iveco, Ford, Ford Troller, Honda, Magneti Marelli, Mitsubishi, ZF Alemanha, entre outras.

- Certificações ISO 9001 / ISO TS 16949;
- Produtos presentes em diversos países;
- Empresa genuinamente brasileira.



(*Whatsapp:* (11) 97665 - 5715 / *SAC* 0800 191404)
www.sampel.com.br

BAIXE GRÁTIS O CATÁLOGO ELETRÔNICO, APP E FIQUE POR DENTRO DOS LANÇAMENTOS.

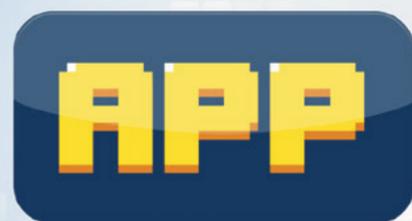

SAMPEL
PEÇAS AUTOMOTIVAS
ISO 9001 - IATF 16949

O Salão de Nova York, nos Estados Unidos, é realizado anualmente desde 1900. Em 2018, o evento aconteceu entre 30 de março e 8 de abril em Manhattan. O Balconista S/A traz uma galeria com os principais lançamentos apresentados em terras norte-americanas. Confira:



NOVA YORK





Filtros
Tecfil®

kzulot

Pela vida. Escolha o trânsito seguro.

O maior fabricante de filtros da América Latina, no seu smartphone.

No APP Tecfil você tem o nosso catálogo de produtos completo, com as aplicações detalhadas de cada item.



Filtros
Tecfil®
A qualidade que é líder.

www.tecfil.com.br - 0800 11 6964



RIMAC C_TWO

De um lugar nada tradicional no cenário automobilístico vem uma das maiores surpresas do evento: Croácia. O elétrico já havia causado frisson no público do Salão de Genebra. Com lançamento previsto para 2020, o superesportivo da Rimac tem quatro motores elétricos, cada um deles instalado em uma roda e com sistema de vetorização do torque.

VELOCIDADE MÁX.
412 KM/H

0 A 100 KM/H
1,97 S

ALCANCE DA BATERIA:
650 KM NEDC

POTÊNCIA
1408 KW/1914 HP





JAGUAR F-PACE SVR

A Divisão de Veículos Especiais (SVO) da Jaguar incorporou o pacote SVR, criado para designar os modelos de alto desempenho da montadora, neste modelo SUV. A alteração do conjunto mecânico deixa esse F-Pace capaz de chegar de 0 a 100 km/h em apenas 4,3 segundos.

VELOCIDADE MÁXIMA
283 KM/H

MOTOR:
5.0L SUPERCHARGED V8

POTÊNCIA
550HP / 404 KW

0 A 100 KM/H:
4,3 S



MASERATI LEVANTE TROFEO

Não existe um Maserati mais exclusivo que o Levante Trofeo. O SUV da marca italiana tem um dos motores mais potentes já utilizados pela montadora: um propulsor V8 biturbo de 3,8l. A mecânica foi montada pela Ferrari, em Maranello, e conta com um sistema de tração total Q4 Intelligent All-Wheel Drive.

VELOCIDADE MÁX.
300 KM/H

0 A 100 KM/H
3,90 S

MOTOR
3.8 TURBOTWIN
TURBO V8

POTÊNCIA
590 HP/434 KW
EM 6250 RPM



ALFA ROMEO GIULIA NERO EDIZIONE

A cor Dark Miron é o protagonista da versão Nero Edizione. Ela está presente na grade dianteira, nas rodas e na parte traseira deste sedã. Em relação ao Giulia original essa é a única novidade apresentada em Nova York no carro italiano, que é equipado com motor 2.0l turbo de 280 cv.



VELOCIDADE MÁXIMA
307 KM/H

POTÊNCIA:
280 HP

MOTOR
2.0L TURBOCHARGED

0 A 100 KM/H
2,8 S



A IMPORTÂNCIA DE SE UTILIZAR RETENTORES DE MOTOR COM QUALIDADE ORIGINAL

Retentores são as peças responsáveis pela vedação e retenção de óleos, graxas e outros fluídos do motor. Por isso, usar produtos de boa qualidade podem prolongar a saúde do seu motor.

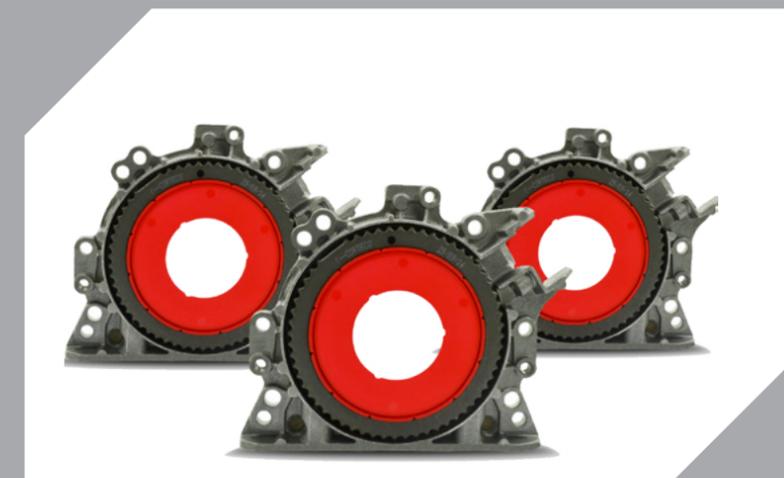
Desde carros, caminhões, ônibus e motocicletas, passando por máquinas agrícolas, industriais, eletrodomésticos e até aviões, praticamente tudo o que se movimenta mecanicamente é dotado de retentores. São compostos basicamente de três partes principais: a carcaça metálica, a mola e o revestimento de borracha com lábio de vedação.

A Freudenberg-Corteco, do Grupo Freudenberg, é líder mundial em vedações, e disponibiliza ao mercado produtos originais de montadoras e possui vários diferenciais para a reposição. De acordo com o Gerente de Produto da Freudenberg Corteco, Alexandre Morselli, o produto 5200T é um ótimo exemplo de qualidade original para o mercado de reposição, sendo aplicado em

motores Volkswagen como Gol, Saveiro e Voyage. “A carcaça é feita de alumínio, trazendo maior robustez e precisão na montagem em relação às feitas de plástico”.

A instalação dessa peça também é muito importante, por isso, procure mecânicos confiáveis para tal. “Uma instalação feita de maneira errada pode ocasionar o vazamento de óleo, aumento do consumo de combustível - crítico nos dias atuais - e aumento da emissão de

CO2, podendo até fazer com que o motor deixe de funcionar, o que pode gerar um custo muito maior ao condutor”, ressaltou Morselli. Por isso, não dê bobeira, e na hora da compra, o ideal é que a escolha seja sempre por produtos originais de montadora da Freudenberg-Corteco. E, na hora da aplicação, que nesses casos é bastante delicada, o mecânico deve ficar bastante atento e fazer uso da bula de montagem sempre que possível.



Confira os novos canais da Freudenberg-Corteco:

- **FACEBOOK:** Corteco Brasil
- **LINKEDIN:** Corteco Brasil
- **YOUTUBE :** Corteco Brasil
- **SITE:** www.corteco.com.br

POWERED BY:

FREUDENBERG-NOK
TECNOLOGIA EM VEDAÇÃO
CORTECO
Divisão de Reposição

CLIMA DE COPA E PARCERIA

Balconistas, distribuidores e fabricantes se reuniram para uma confraternização bastante animada. E teve golaço pra coroar o evento.



A Copa do Mundo trouxe muita festa por todos os balcões do Brasil. E para juntar fabricante, distribuidor, varejista e balconista, nada melhor que um churrasco tipicamente brasileiro. Por isso, no jogo do Brasil diante da Sérvia, pela terceira rodada da primeira fase, a Tecfil e a SK Automotive se reuniram para proporcionar aos

seus clientes o melhor do maior torneio de futebol do mundo. Com o objetivo de estreitar a relação entre todos os âmbitos do setor de autopeças, o churrasco contou com música, comida boa e, claro, vitória da seleção. De acordo com a supervisora de marketing da Tecfil, Simone Minhoto, o evento visou aproximar

todos os setores e confraternizar o momento especial que vive o país durante grandes eventos como a Copa. "O período de Copa é um período de festas, e o que a gente quer é estar junto com nosso setor em todas as cadeias", disse Minhoto. O balconista também foi prestigiado, e muitos deles estavam lá para

celebrarem o torneio de futebol e aproximarem-se um dos outros: "É um evento bastante agregador, que estreita o relacionamento entre fábrica e cliente final, que somos nós (...) foi descontraído, e todos que organizaram estão de parabéns", ressaltou Diogo Fogaça, coordenador de compras da Ideal Autopeças, de Santos - SP. Diretor da Brasicar, de São Bernardo do Campo - SP, Ronaldo Rodriguez concordou com ele: "Foi uma excelente oportunidade para propiciar futuras parcerias, aproximar clientes e fornecedores. Tudo isso em um ambiente bastante descontraído". Coordenadora de marketing da SK, Michele Aveiro também comentou a importância de aproximar todos em períodos como esse, e lembrou que o evento não foi o único relacionada a Copa patrocinado pela SK e Tecfil.



SIMONE MINHOTO (TECFIL), GERSON PRADO (SK), FABIO BERTINI (TECFIL), FLAVIO PORTELA (SK).

"Nós já começamos algumas ações voltadas para o tema desde abril. Trabalhamos em todo o país, e conseguimos premiar 1600 clientes da SK que compraram Tecfil no período. Ações conjuntas como essa em grandes eventos devem continuar, e ficamos imensamente felizes e honrados em reunir esse grande time aqui na nossa casa", concluiu Michele.

De acordo com ela, ações conjuntas como essa em grandes eventos devem continuar. Por isso, fique atento e procure a SK para adquirir produtos da Tecfil e, quem sabe, participar de promoções e eventos como esse.



RONALDO E DANIEL, BRASICAR



PEDRO E CLAUDIO, WING. MARCELO, PAULO E SILVIO, RATEIRO AUTO PEÇAS.



MAURÍCIO, IDEAL AUTOPEÇAS



EQUIPE SK AUTOMOTIVE



MICHELE AVEIRO, SK. SIMONE MINHOTO, TECFIL



Filtros
Tecfil
A qualidade que é líder.

8 OU 80

Por mais que passem despercebidas em alguns casos, as rodas são acessórios fundamentais para o desempenho e design de um carro. Tanto o seu peso quanto a sua estética influenciam diretamente a performance de quatro rodas. Para dialogar com essas necessidades, diferentes modelos foram criados ao longo dos anos. Ainda que hajam diferentes descobertas, duas opções têm dominado esse segmento: as rodas de aço e as de liga leve. Para entender as singularidades de cada uma, separamos as suas características. Descubra.

A Ç O

- Reparo mais fácil
- Valor acessível
- Boa resistência
- Design padrão

COMO SÃO AS RODAS DE AÇO?

Elas são fáceis de serem encontradas no mercado, e bem mais populares entre os carros que circulam as ruas. As características mais marcantes das rodas de aço são o peso superior às de liga leve e o fato de quase sempre possuírem a mesma aparência. O motivo disso é simples: seu material é de difícil modelagem. Para contornar a situação, é normal que montadoras criem calotas para serem colocadas por cima da peça, simplesmente para suavizar o visual. Sua resistência é um pouco inferior à das rodas de liga leve, mas o seu reparo é bem mais fácil. Além da praticidade nesse sentido, o seu valor de compra é mais acessível.



Durabilidade

Peso mais leve

Maior resistência

Valorização do veículo

Melhor desempenho

Diferentes opções de design

L I G A L E V E

COMO SÃO AS RODAS DE LIGA LEVE?

Só de colocá-las o carro já ganha uma aparência atraente. Isso porque são esculpidas e trabalhadas cuidadosamente para ganhar o resultado visual desejado. Essa possibilidade surge exatamente por conta da liga de alumínio, que, por sua vez, também contribui com as diferentes qualidades da peça. Por conta dela, as rodas ficam mais leves que as demais, e, conseqüentemente, exigem menos esforço do carro quando está em movimento. Essa ação gera economia de combustível e um considerável aumento na vida útil do automóvel. Sua resistência, gerada pelo silício, é outro atrativo.

UM NOVO CAPÍTULO SUSTENTÁVEL

Em uma realidade onde o prático e o rápido dominam o mercado, investir em um projeto sustentável é uma opção, muitas vezes, inviável. Só de pensar em parar uma linha de produção inteira para reestruturá-la de acordo com as ideias de respeito ambiental e social, muitos empreendedores chegam a enlouquecer. Mas, ao analisar os resultados dessa mudança, a GM decidiu arriscar.

A partir da necessidade de expansão do Complexo Industrial de São Caetano do Sul (SP), a montadora se dispôs a investir cerca de R\$ 1,2 bilhão na adaptação do antigo prédio, para que o mesmo dialogasse com ideias ecologicamente corretas. Já na própria demolição, boa parte do entulho gerado será reutilizado na obra, reduzindo assim o primeiro impacto ambiental.

Entre as mudanças do novo prédio estão a construção de telhas translúcidas, a instalação de luzes de LED com automação de dimer e a criação de um sistema de ventilação natural. Outros conceitos ainda mantidos em sigilo pela montadora complementarão a área de 432.300 m², que também terá todas as suas instalações internas redesenhadas e incorporadas às novas tecnologias de manufatura 4.0.

Além das novidades, vale a pena lembrar que a GM já havia inaugurado em 2017 o maior sistema de aquecimento solar da indústria automotiva.

Ao todo, são 560 metros quadrados instalados no telhado da fábrica em São Caetano do Sul, para fornecer água quente aos chuveiros dos vestiários. 280 placas solares e sistemas de bomba de calor abastecem 300 chuveiros, eliminando a necessidade de uso de vapor e consumo de gás natural.

Outro detalhe curioso sobre o histórico da empresa é que, desde 1989, ela já utiliza um sistema de reuso do efluente industrial, evitando o consumo de água potável nos processos industriais. Esse sistema possibilitou o reuso de mais de 628 milhões de litros desde

2005, sendo 121 destes apenas no ano de 2016. Essa e outras pequenas ações estiveram presentes no histórico da montadora nas últimas nove décadas. Apesar das ações de respeito ao meio ambiente, a empresa também se preocupou com o lado social. Só para a nova instalação, a GM contratará cerca 2.000 pessoas, contribuindo também para a mão de obra regional. Em suas seis instalações localizadas pelo estado de São Paulo, ela já totaliza 13 mil funcionários registrados.



A IMPORTÂNCIA DE UM BOM ADITIVO

O aditivo de radiador ou solução arrefecedora tem um papel muito importante no sistema de arrefecimento do motor. Ele é vital para aumentar o ponto de ebulição e diminuir o ponto de congelamento do fluido de arrefecimento. Sendo assim, evita que o fluido evapore ou congele.

A linha Delphi de aditivos apresenta produtos que cumprem com a função acima, e ainda podem trazer outros benefícios para o seu motor, como a proteção contra corrosão e ferrugem. Os produtos Delphi contam com inibidores adequados em sua mistura que evitam os problemas citados.

Porém, o mercado está cheio de aditivos de baixa qualidade. Alguns problemas causados por estes são, por exemplo, a corrosão do sistema de arrefecimento, escamação (surgimento de partículas brancas que revestem as superfícies internas do sistema de arrefecimento) e a deterioração de vedações e tubulações.

Por isso, é importante usar aditivos de alta qualidade, como os da linha Delphi, que seguem as normas ABNT NBR 13705/14261 para aditivos concentrados e soluções arrefecedoras. Aditivos de baixa qualidade podem danificar o seu arrefecedor e, conseqüentemente, o seu motor. Você não vai dar chances a algum desses né?



POWERED BY:

Delphi
Technologies

GENERAL TIRE 
EVERTREK



DISTRIBUIDOR AUTORIZADO

DESEMPENHO E INTELIGÊNCIA NA MESMA DIREÇÃO.

FABRICADO NO BRASIL.

GENERAL EVERTREK **HP**



GENERAL EVERTREK **RT**

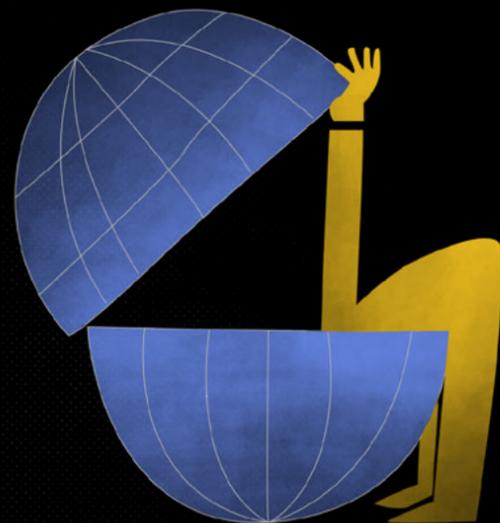
RTM Sistema que fornece muito mais segurança para toda a família. Ele avisa quando o pneu está desgastado e precisa ser substituído.
www.generaltire.com.br

DESDE 1915. UMA MARCA DO GRUPO CONTINENTAL.

GENERAL TIRE 

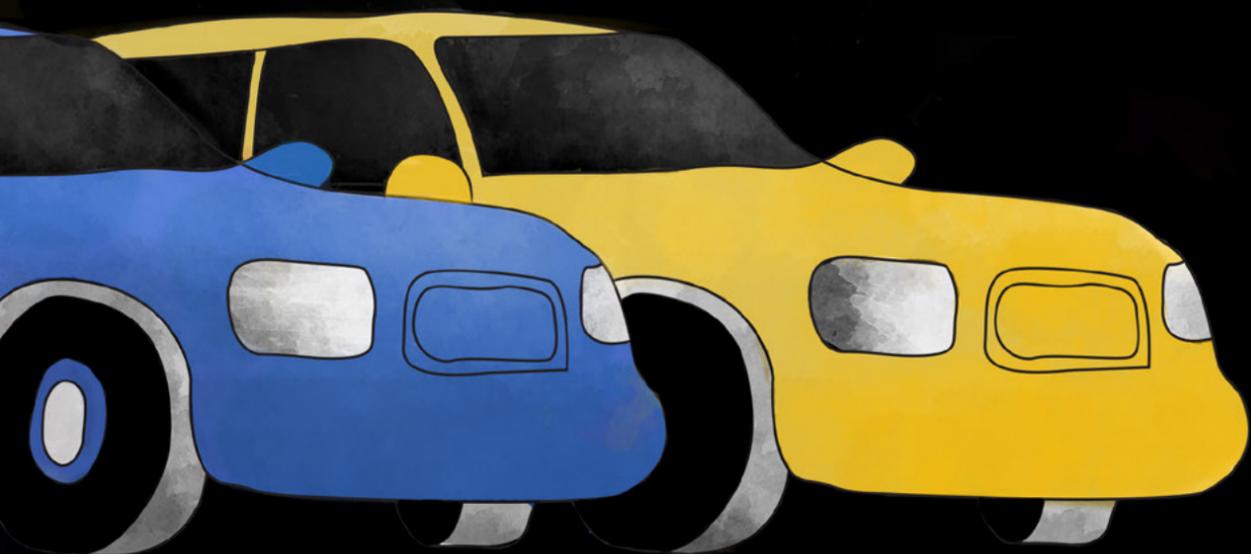
ONDE FOI PARAR A COR QUE ESTAVA AQUI?

Não é difícil perceber. Os carros pretos, pratas e brancos dominam as ruas, estradas e estacionamentos do Brasil. Achar um modelo que fuja dessas cores é cada vez mais difícil. Quem tenta timidamente colorir a cidade é o vermelho, mas sem muita força quando jogado na massa das cores sóbrias. Mas, nem sempre foi assim. Antigamente, Fuscas, Kombis, Chevettes e muitos outros esbanjavam diferentes cores. É verdade que as tonalidades eram sólidas, já que não existiam colorações metálicas, mas, ainda assim, era possível ver modelos laranjas, beges, marrons e amarelos, além dos diferentes tons de azuis e verdes. Então, onde foram parar as cores dos carros?



Para **Nelson Lopes**, fundador da ÍCON Design, escola especializada em design automotivo, e designer com anos de experiência na Volkswagen, as cores começaram a sumir por três motivos: o descobrimento das tonalidades metálicas, o aumento de inovações na parte interna do automóvel, e a facilidade em vender carros usados com cores

menos chamativas. "No passado as tintas metálicas eram novidade. Não haviam muitas variações de tons da mesma cor e por isso o espectro de escolha era limitado. Outro aspecto é que os carros mudavam muito pouco ano a ano, e isso não afetava drasticamente a sua revenda. Atualmente, a constante atualização dos carros e as variações econômicas do país influenciam na revenda do carro e,



por sua vez, influencia os consumidores a comprarem cores mais neutras, que são facilmente aceitas pela maioria dos consumidores do mercado de usados."

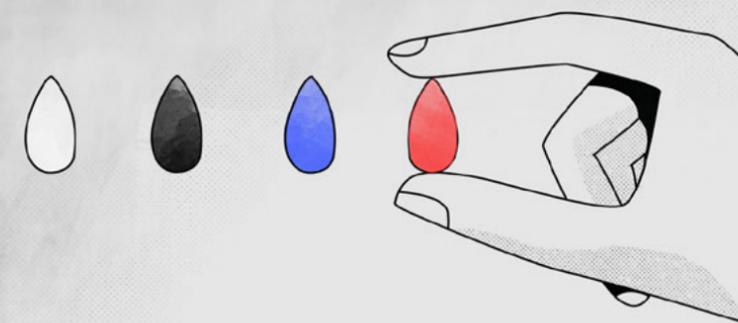
Ao mesmo tempo, no velho continente, os consumidores europeus preferem carros coloridos. Para se ter uma ideia, uma pesquisa promovida pela PPG, fabricante norte-americana de tinta, mostrou que, em 2017, as cores prata e azul, em termos de preferência no mercado europeu, empataram em 9% cada.

Já na América do Sul essa diferença é gigante, com 31% de preferência para a

cor prata e apenas 2% para o azul. Porém não pense que as montadoras europeias têm mais liberdade para usar as cores. Nelson, que trabalhou por quatro anos na Volkswagen AG, na Alemanha, dá um outro ponto de vista sobre o assunto. "Não é uma questão de liberdade, mas sim de características regionais e estratégias do mercado. Em outros mercados as referências culturais e a relação destas na economia dos consumidores são outras. De modo geral, no hemisfério norte há menos luz solar que da linha do Equador para baixo. Isso

acarreta uma natureza pobre cromaticamente e que influencia até nossas condições psicológicas. Especialmente nos longos invernos destes países, essa sensação de "tristeza" ambiental é compensada pela aquisição de produtos com cores mais alegres e enérgicas, o que diminui a monotonia visual. O poder aquisitivo médio nos EUA e Europa também são maiores e permitem aos consumidores colocarem a satisfação pessoal acima de questões financeiras. Por isso é comum vermos carros com cores mais chamativas no exterior que no Brasil", conclui Nelson.

AS CORES PELO MUNDO EM 2017



44% 17% 10% 9%

BRANCO
ÁSIA

PRETO
EUROPA

AZUL
AMÉRICA
DO NORTE

VERMELHO
AMÉRICA DO SUL

Ainda assim, como no resto do mundo, o Brasil também passa pelo domínio dos carros brancos. O início dessa moda surgiu em 2006, quando diversos salões de automóveis europeus apresentaram modelos nessa cor. "Um detalhe à parte foi o status de sofisticação e nobreza que ganhou a cor branca. Normalmente usada para representar modernidade em outros produtos, a indústria automotiva começou a usar o branco em seus show cars no exterior e, conseqüentemente, isso foi parar nas ruas das principais capitais do mundo. Além do ar de modernidade, o branco também inspira 'pureza', agregando classe aos produtos da marca. Fora isso, faz todo sentido

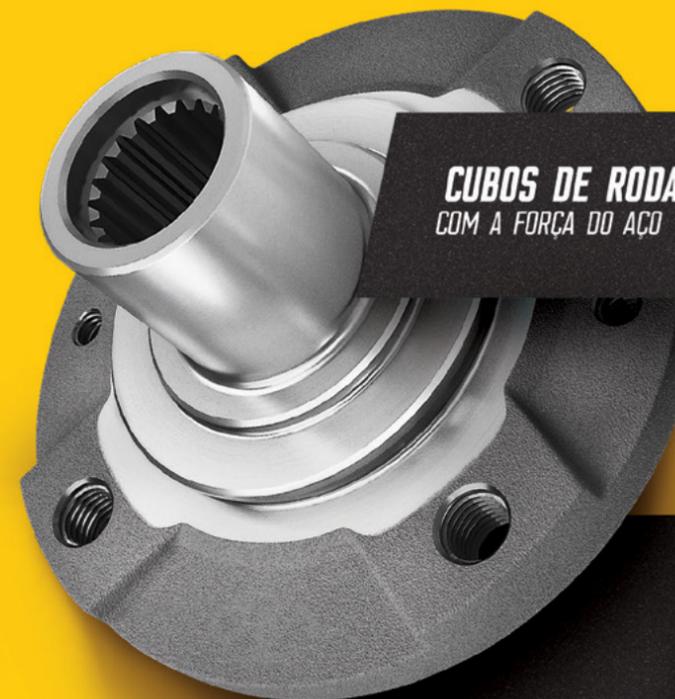
ter um carro de uma cor que reduz o calor interno no veículo e custa mais barato para reparar por ser uma cor sólida", explica Nelson Lopes. Quanto ao futuro das cores nas ruas brasileiras, o designer é otimista. Para ele, existe um movimento que começou há cinco anos que já valoriza cores diferentes do preto e prata, que se consolidaram entre os anos 90 até 2013. Para ele, o maior empecilho do avanço das cores ainda é o momento de revenda. "Determinado carros ficam melhores em algumas cores e não tanto em outras. Isso pode influenciar a percepção de valor, tamanho e outros atributos do carro.

Até por isso, eu posso comprar o carro na loja B, que tem a cor que eu procuro, e não comprar na loja A. Entretanto, não chega ao ponto de se priorizar a cor em detrimento do custo. Você não compra uma Ferrari porque não encontrou um Volkswagen vermelho", finaliza Nelson.



QUEM ESCOLHE AS CORES DOS CARROS?

Todas montadoras contam com uma equipe de Color & Trim dentro do departamento de Design. Esse time é responsável pela escolha das tonalidades e dos materiais usados no veículo. Para isso, eles levam em consideração "tendências de moda, dados de marketing, novos materiais e tecnologias", como explica Nelson Lopes.



CUBOS DE RODA
COM A FORÇA DO AÇO



PASTILHA DE FREIO
AS MAIS EFICIENTES E ESTÁVEIS



DISCO DE FREIO
O Nº1 DO MERCADO

A ÚNICA SOLUÇÃO COMPLETA PARA SISTEMAS DE FREIO.

Com a Fremax os sistemas de freio têm qualidade total de ponta a ponta.

FORNECEDORA OFICIAL DE DISCOS DE FREIO.

STOCK CAR

PORSCHE
GT3 CUP CHALLENGE BRASIL

STOCK

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

OFICINA BRASIL
MARCA
PREFERIDA
DISCOS DE FREIO



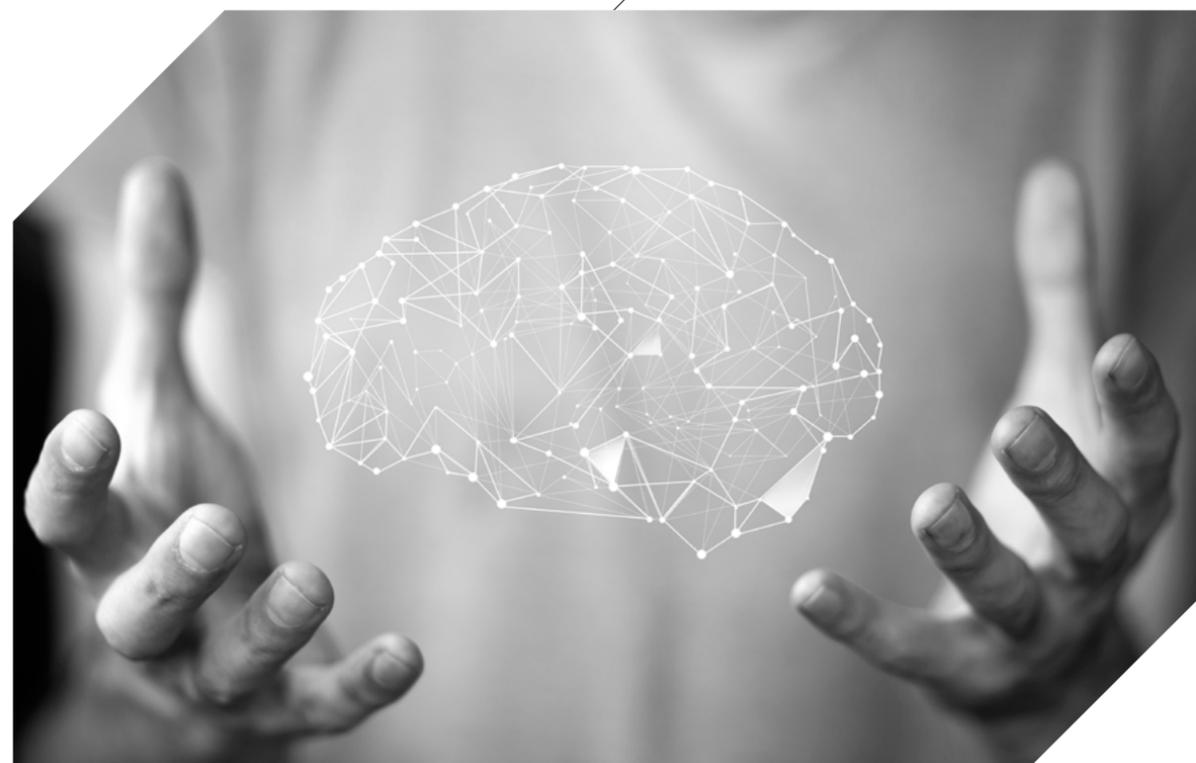
HAPPY HOUR

Muitos as desejam, mas poucos as têm. Grandes ideias movem o mundo. São capazes de construir negócios imponentes e de mudar o rumo completo do jogo. Quem consegue despertá-las, certamente, tem um grande poder nas mãos, podendo contribuir ricamente para o mundo dos negócios. Mas como fazer a criatividade fluir em um mundo repleto de comodismo? Separamos aqui algumas indicações que podem te ajudar a ampliar o seu horizonte sobre o assunto.



1 . M I N D M E I S T E R

Organizar as ideias é um desafio e tanto. Principalmente quando temos que administrar milhões de atividades em nosso dia a dia. A fim de contribuir nesse gerenciamento, o MindMeister foi criado. Uma plataforma que permite você capturar, desenvolver e compartilhar suas ideias visualmente. Entre as possibilidades de uso estão brainstorming, planejamento e gerenciamento de reuniões.



2 . J O Y : O N O M E D O S U C E S S O

DAVID O. RUSSELL - 2015

Esse poderia ser apenas mais um filme biográfico. Mas, graças a história de Joy, ele não é. Criativa desde pequena, a personagem de Jennifer Lawrence leva uma vida que não se enquadra a suas qualidades. Divorciada, com dois filhos para cuidar, seus pais morando no andar superior da sua casa e o seu ex-marido vivendo no porão. Para ela, tudo estava para a desistência. Ou não. São exatamente sob essas circunstâncias que ela inventa um esfregão de limpeza milagroso que se transforma em fenômeno de vendas nos Estados Unidos.



3 . D E O N D E V Ê M A S B O A S I D E I A S ?

Nesse material de 4 minutos é possível entender de forma clara e objetiva o desenvolver de uma boa ideia. Com ilustrações animadas, o narrador descreve o processo criativo e elimina qualquer visão caótica sobre o assunto.

4 . L I V R O I D E I A S Q U E C O L A M

CHIP HEATH E DAN HEATH. EDITORA ELSEVIER

Se ter uma grande ideia já é um desafio, imagine fazê-la crescer. É extremamente difícil fazer com que as pessoas enxerguem o brilho de uma proposta presente só no pensamento. Por este motivo, os educadores Dan e Chip se empenharam em abordar nesse livro questões intrigantes sobre o que faz uma ideia repercutir, evitando que ela permaneça no imaginário das pessoas.

25 ANOS EM MEIO À GRAXA E PEÇAS

Thiago Santos trabalha com peças desde os 9 anos de idade. Hoje, é gerente da MC Máquinas, que fica em Palmeiras de Goiás (GO)

APRESENTADO POR:



Comecei a me relacionar com a área de automóveis e peças aos 9 anos de idade. Com 25 anos de experiência, só tenho que agradecer por onde cheguei. Ser gerente para mim significa ter muita responsabilidade. E para levar esse nome no crachá, tem que ter história no ramo.

Quem pensa que ser gerente, no caso, um líder, é fácil, está enganado. Sofri muito como balconista. Tive alegrias e dificuldades no trabalho. Certa vez quando trabalhava em Goiânia, vendi algumas peças de motor, e aparentemente tudo estava certo. De repente, o telefone tocou. O cliente estava do outro lado da linha e disse que os itens estavam errados. Foi um baque grande.

Mas é nessa hora que a figura do gerente aparece. Fui até ele e contei o que aconteceu. Ele me explicou o que deveria fazer numa situação dessas, que é de bastante dificuldade. E foi nele que me inspirei para ser gerente hoje. É preciso ser humilde, generoso e ter pulso.

Hoje, acredito que a gente aprende nas dificuldades. Atualmente, fico mais tranquilo na hora de vender e tento passar isso para os funcionários mais jovens. Olho para eles e vejo que estão doidinhos, pois quando somos mais novos, sofremos pressão para não errar. Mas só a experiência melhora isso.

E para melhorar, tem que estudar. Abrir os catálogos e ler. E hoje é tudo mais fácil, tem a internet. Basta digitar o nome da peça e já aparece a imagem dela.

E sempre podemos buscar força com alguém. Meu patrão, por exemplo, não é só um patrão. É um amigo, um pai, e continuo aprendendo com ele até hoje. No dia a dia, vamos aprendendo juntos. E é isso que tento passar para os meninos que estão começando agora, ou como costume dizer, para os meus liderados. Na vida, a gente morre e não sabe de tudo.

COM APOIO DE:



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.



PETRONAS

copyright.com.br

O aquecimento
excessivo pode danificar
os componentes
essenciais do motor.

Proteja o motor
do seu carro com
PETRONAS Syntium.

PETRONAS
SYNTIUM

AUXILIA NO COMBATE
AO AQUECIMENTO
EXCESSIVO DO MOTOR



PETRONAS Syntium com a exclusiva formulação °CoolTech™ auxilia na proteção do motor do seu carro contra os danos causados pelo aquecimento excessivo.

Desenvolvido com moléculas mais resistentes, PETRONAS Syntium atua nas áreas essenciais do motor, mantendo seu grau de viscosidade, absorvendo e reduzindo o aquecimento excessivo. Sua formulação única resiste a altas temperaturas, que podem causar danos e formação de depósitos, fatores essenciais para a vida útil do motor. PETRONAS Syntium auxilia no combate ao aquecimento excessivo e proporciona máxima performance para o motor do seu carro.

Para saber mais, acesse o site da PETRONAS: www.pli-petronas.com/br/petronas-syntium

Oil Developed For

PETRONAS. PRESENTE NO MUNDO. NO BRASIL. NA SUA VIDA.



AMG
PETRONAS
MOTORSPORT