



**BALCONISTA S/A**

UM PROJETO DE:



**PASSADO, PRESENTE E FUTURO**

O que mudou na profissão de balconista no 3º milênio

**8 ou 80**

Saiba as diferenças entre gasolina comum e aditivada

**MACHISMO**

Como essa mazela atinge as balconistas mulheres



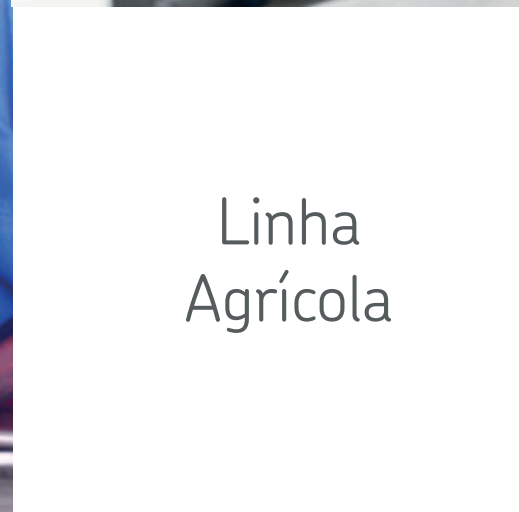
Mais de 5.000 soluções automotivas com a precisão SKF para o seu veículo.



Linha Leve & Linha Pesada



Linha Duas Rodas



Linha Agrícola

# Procurou, achou!

**ONE STOP**   
SHOPPING SKF



Catálogo SKF está com novidades. Busca por placa.



20

**POR DENTRO  
DO MERCADO**

Os lançamentos  
de 2021.



**DIRETOR DE PLANEJAMENTO:**  
FABIO LOMBARDI

**DIRETOR DE CRIAÇÃO:**  
GABRIEL CRUZ

**CONSULTOR EDITORIAL:**  
CLAUDIO MILAN

**DIRETOR DE ARTE:**  
PABLO NORONHA DE VIVO

**EDITOR-CHEFE:**  
LUCAS CAETANO

**JORNALISTAS:**  
LUCAS CAETANO  
JULIA MACIEL  
DANIELA SOARES  
RENAN NIEVOLA

**EQUIPE DE ARTE:**  
JOÃO AMATO  
PEDRO GUILHERME  
VICTOR ROLIM

**WP/N**

**EQUIPE SK:**

**CEO:**  
GERSON PRADO

**DIRETOR DE VENDAS E  
COMUNICAÇÃO CORPORATIVA:**  
FLÁVIO PRADO

**GERENTE DE MARKETING :**  
FERNANDO OLIVEIRA NETO

52

**PASSADO,  
PRESENTÉ E  
FUTURO**

O que mudou na profissão de  
balconista no 3º milênio

14

**MACHISMO**

Como essa mazela atinge as balconis-  
tas mulheres

58

**8 OU 80**

Saiba as diferenças entre gasoli-  
na comum e aditivada

32

**BALCONISTA  
NA VISÃO DO  
MECÂNICO**

**SK**  
MOBILITY

# A EVOLUÇÃO DO CÂMBIO I-SHIFT



Presente em 100% dos caminhões Volvo da linha F, dos modelos pesados da linha VM e dos ônibus rodoviários com motor traseiro da marca, a **tecnologia já se encontra hoje em sua 6ª geração**. No ano passado, a montadora bateu a marca de **100 mil unidades de caixas I-Shift produzidas no Brasil**.

Conheça os detalhes desse sistema que combina **praticidade, versatilidade, economia de combustível e redução da emissão de gases poluentes**.

# SIMPLICIDADE, VERSATILIDADE E CONFORTO

O sistema I-Shift trabalha em várias frentes, avaliando informações sobre velocidade, peso, nível de estrada e demanda de torque. Assim, todas as trocas de marcha são feitas com extrema precisão, sempre no momento ideal. E ainda é possível alterar a configuração de automático para manual; basta apenas um toque no botão para efetuar as trocas.

A tecnologia dessa caixa de câmbio consegue processar milhares de informações por segundo para selecionar a marcha mais adequada a cada momento do trajeto.

Todas as trocas são sincronizadas, garantindo que o motor funcione na melhor rotação possível, seja no modo de economia ou no de desempenho (com máxima potência). O sistema também se comunica em linha direta com o motor, permitindo ajustar rotações e freios para obter melhor performance.

Além disso, o I-Shift desengata o motor ao descer uma ladeira, isso porque ele traz o componente "I-Roll", que eleva o impulso do caminhão e economiza mais

combustível. Tanto para declives como para subidas nas rodovias, essa antecipação deixa a viagem muito mais segura.

Combustível padrão de caminhões e ônibus, o diesel é um dos principais custos arcados pelas transportadoras. A tecnologia I-Shift, portanto, reflete positivamente no bolso das empresas.



# CARGAS PESADAS

Quem transporta cargas pesadas sabe o quão difícil pode ser sair de uma parada, especialmente em terrenos íngremes, ou se a via estiver em más condições. Nos piores cenários, você teria de retirar a carga ou até pedir um guincho, ação potencialmente danosa a toda a cadeia produtiva.

A capacidade de partida do I-Shift traz um enorme salto de qualidade: o esforço da embreagem é reduzido em até 75%.



**ECONOMIA DE COMBUSTÍVEL**

**OTIMIZAÇÃO NA TROCA DE MARCHAS**

**REDUÇÃO NO ESFORÇO DA EMBREAGEM**

**BAIXA EMISSÃO DE GÁS CARBÔNICO**

**VERSATILIDADE**  
(manual ou automático / modo econômico ou potência máxima)

**ALTA CAPACIDADE DE PARTIDA PARA CARGAS PESADAS**



# TRAJETÓRIA

O modelo I-Shift foi criado em 2001, na Suécia e, logo em 2003, chegou ao Brasil, o segundo país a importar o produto, o que dá a ideia da força do nosso mercado para a Volvo.

A segunda geração veio em 2005, com inovações que permitiram sua instalação em caminhões para tarefas mais pesadas de construção e transporte florestal. As partes dianteira e traseira da transmissão foram remodeladas para incluir um novo sistema de embreagem a uma nova unidade de troca de marcha.

Antes aplicadas apenas em veículos com motores de 9 e 12 litros, essa tecnologia passou a servir para caminhões com motor de 16 litros.

Em 2009, a Volvo lançou a terceira versão do I-Shift, adaptada para motores da série Euro-5, com o intuito de economizar combustível e reduzir a emissão de gases poluentes. O modelo trouxe melhorias que tornaram mais adequada a transmissão para caminhões extrapesados.

Dois anos depois, o Grupo Volvo iniciou a fabricação da tecnologia no Brasil, a primeira planta desta etapa fora da Suécia, o que, mais uma vez, evidencia a importância do nosso país. A linha de produção, feita em Curitiba, atingiu tamanho sucesso que serviu de modelo para a instalação de uma fábrica desse tipo nos Estados Unidos.

Chegamos a 2014, nascimento da quarta geração. Sua principal atualização foi a dupla embreagem (SP02812), com overdrive e torque máximo de 2.800 Nm, disponível para caminhões de até 540 hp. A inovação permite uma mudança de marcha sem interromper o esforço de tração, exceto quando se pula da sexta para a sétima.

Após intervalo de tempo bem menor, veio ao mundo a última versão I-Shift, e com grandes novidades, entre elas o aumento do número total de marchas para 14. À sexta geração, a Volvo criou marchas super-reduzidas, próprias para o arranque de caminhões de cargas pesadas com peso bruto (PBT) de até 250 toneladas.

É possível também operar em velocidades muito baixas (0,5 a 2 km/h), à frente ou em marcha ré, sendo extremamente útil para manobras de precisão, como em canteiros de obras ou tarefas de manutenção.

Recentemente, a Volvo incorporou ao I-Shift a ferramenta I-See. Através dela, o caminhão identifica as características do percurso à frente, suas irregularidades e demais dados topográficos atualizados automaticamente pelo próprio sistema.

Tais qualidades permitem ao veículo uma economia em até 5% de combustível e queda nas emissões de CO2.



# NÚMEROS

O Volvo FH foi o caminhão mais vendido no Brasil não só em 2020, como também ocupou o primeiro lugar em oito dos últimos 12 anos.

De acordo com a Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabreve), o modelo FH 540 cv manteve a liderança com o emplacamento de 5.870 unidades de janeiro a dezembro do ano passado. A segunda colocação também é da Volvo, trazendo o modelo FH 460 cv e suas 3.936 unidades emplacadas.



# 5870

UNIDADES EMPLACADAS  
DO MODELO FH 540  
EM 2020



# 3936

UNIDADES EMPLACADAS  
DO MODELO FH 460  
EM 2020

# WIKI PEÇAS

Os amortecedores são peças essenciais para o sistema de suspensão do carro e indispensáveis para o seu funcionamento e segurança

## AMORTECE DOR



### HISTÓRIA

Quando os primeiros automóveis surgiram, os amortecedores ainda não existiam, o que causava perda de controle nas curvas, carrocerias mais instáveis e pneus furavam com mais facilidade. Em 1926, a Monroe criou o seu precursor, o eliminador de vibrações. Depois de diversas inovações, a criação chega bem mais perto do que conhecemos hoje, e o lançamento da década de 60, o Monroe-Matic, se tornou peça original de quase todos os veículos fabricados nos Estados Unidos.

### FINALIDADE

Como o próprio nome já diz, a principal finalidade da peça é amortecer, garantir estabilidade, conforme os movimentos da suspensão. Resumidamente, o amortecedor freia o movimento da mola de chacoalhar o carro, tanto em linha reta quanto em curvas. Ele também mantém as rodas em contato permanente com o chão.

### FUNCIONAMENTO

No que se refere à parte técnica, o interior do amortecedor é um tubo cheio de óleo, enquanto por fora há uma haste que se move de acordo com o sistema de suspensão. Quando essa haste afunda, empurra o óleo e isso, juntamente com as válvulas internas, gera uma resistência, impedindo o carro de oscilar e assegurando estabilidade. Em outras palavras, o amortecedor dissipa a energia de movimento da mola.

Com o tempo, essas válvulas sofrem desgaste e, conseqüentemente, pode começar a haver vazamentos internos ou externos, resultando na perda de sua eficiência. Por isso, é necessário a troca dessa peça de acordo com o uso.

### QUANDO TROCAR?

Quando a carroceria balança mais do que o normal, é um sinal de que pode ser o momento perfeito para a troca. Caso não consiga identificar, por conta própria, se já é a hora certa de substituir, peça ajuda a um profissional. Ele tem todos os instrumentos para uma checagem precisa.

Quando os amortecedores perdem de vez sua eficiência, haverá sinais mais nítidos, como menos estabilidade em curvas, pneus desgastados de modo irregular, barulhos ao passar por lombadas e buracos ou vazamento de óleo.

É importante destacar que não há como definir uma quilometragem rodada exata que demande a troca dos amortecedores. Isso varia de carro para carro, dependendo da roda e trajetos. Percorrer estradas esburacadas, por exemplo, pode provocar maior desgaste do que o trajeto em ruas planas.



# MACHISMO

Como essa mazela da sociedade atinge as balconistas mulheres



## ***Elas dão conta do recado!***

Em um ramo dominado por homens, mesmo com toda experiência de anos atrás do balcão, elas ainda escutam o "quero falar com alguém que entenda, um homem".

Há alguns anos, a pauta sobre machismo tem crescido dentre as discussões mais frequentes na sociedade. Ao que parece, elevam-se os debates, mas o comportamento machista - vindo de homens e mulheres - está longe de mudar.

De acordo com o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP), a participação feminina nos cursos de automotiva e mecânica vem aumentando. Porém, o descrédito em relação a elas se mantém, pelo fato de ocuparem profissões consideradas masculinas, lidando diariamente com essa situação em nas oficinas e lojas de autopeças.

Ao contrário do que pensa o senso comum, algumas das mulheres que estão atrás do balcão já fazem parte do ramo automotivo desde pequenas. É o caso de Andressa Binhardi e Marina Carvejani da

Fonseca, balconistas de duas lojas de autopeças diferentes.

Ainda que tenham personalidades diferentes, a força, garra e conhecimento do setor são elementos comuns entre as duas profissionais que dão conta do recado e não abaixam a cabeça para homens machistas.

Andressa, que há 18 anos trabalha na Atenas Autopeças, em Mauá (SP), conta que desde pequena gostava de carros e, com a influência do pai caminhoneiro, o resultado não poderia ter sido diferente. "Meu pai sempre me deixava por ali em volta enquanto mexia nas peças do caminhão. Eu cresci vendo isso", afirma.



No entanto, até se fixar na área como balconista - ou como ela prefere dizer, "bombril", pois faz de tudo um pouco - Andressa relata que seu sonho era fazer vistoria automotiva em uma empresa de seguros; mas, infelizmente, a empresa parou de contratar mulheres para esse serviço na época. Assim, como ela já trabalhava na Atenas Autopeças, permaneceu por lá, firmando-se como a única balconista do estabelecimento até hoje.

Com Marina, balconista na São Jorge Autopeças, também em Mauá (SP), a paixão por mecânica e carros vem do sangue, pela influência do pai e dos irmãos. Aos 4 anos, quando seu pai montou uma loja de desmonte, Marina e sua mãe o ajudavam na busca por peças, e foi assim que ela descobriu o caminho que queria seguir.

Ao longo de sua vida, Marina trabalhou em leilões, concessionárias e, por fim, em seu último emprego, no tempo que tinha de sobra, voltava à autopeças do seu irmão para ajudá-lo no balcão. E, desde então, nunca mais saiu.

Uma das tarefas fundamentais do balconista é o atendimento ao cliente. Tanto Andressa quanto Marina consideram-na esta tarefa como a sua favorita, dedicando-se ao máximo para prestarem a função com excelência. No entanto, ainda que as duas trabalhem em diferentes lojas, ambas vivem realidades semelhantes quando o assunto é mulher no balcão.

Se a entrevista durasse mais tempo, não faltariam histórias para contar sobre as ofensas de cunho machista que fazem parte do dia a dia de mulheres balconistas. "Por parte dos colegas de trabalho, eu nunca sofri algo do tipo. Mas por clientes, tem várias histórias", recorda Andressa.

Ela relata que tais ofensas também partem de outras mulheres, citando o fato de muitas delas chegarem à loja já à procura do gerente, de um homem, sem dar chance para as mulheres balconistas fazerem o seu atendimento.

“ Os clientes chegam na loja procurando pelo gerente. É como se, por eu ser mulher, eles não entendessem o que eu falo e ficam impacientes. Muitas vezes a gente sente aquele ar de ‘se fosse homem, ele já teria resolvido’.

Marina, por sua vez, conta que essas situações são ainda mais frequentes do que imaginamos: "Toda semana tem alguma coisa como essa, infelizmente isso é muito comum".

A balconista relembra sua irritação com um caso de machismo no começo de fevereiro.

"Um cliente ligou mais de três vezes na loja querendo falar com um balconista e eu sou a balconista, mas se recusou a falar comigo porque queria ele queria falar com um homem. É como se eu, por ser mulher, fosse incapaz de entender de peças de carro e mal sabe ele que eu monto e desmonto!", desabafa Marina.

O aperto no peito e o medo em situações de opressão muitas vezes deixam as mulheres sem atitude, como em um exemplo citado por Andressa, que afirma não conseguir se impor pelo receio de agravar a situação. Ultimamente, porém, ela vem tentando se posicionar, pois acredita que esse é o único meio de erradicar, ainda que aos poucos, o machismo.

Já a audaciosa Marina dribla o medo e bate de frente com quem a desrespeita pelo fato de ser mulher. "Eu não abaixo a cabeça para homem", sentencia a balconista.



Embora acreditem que haja uma probabilidade de o machismo sempre existir, as duas balconistas lutam diariamente para provar o valor da sua voz e seu conhecimento na área automotiva. Assim, ambas acreditam que o único jeito de mudar essa situação é por meio da imposição.

Não sabemos quando o machismo na profissão de

balconista - e em tantas outras - irá acabar, mas Andressa e Marina concordam que, ao iniciarmos a discussão sobre esse tema, é possível reconhecer atitudes machistas e reagir contra elas, pois, até pouco tempo, essas atitudes eram consideradas normais. Por isso, a dica delas para as outras mulheres no setor automotivo é a mesma:



As mulheres precisam se impor e mostrar que todos os lugares são lugares delas também. Não tenham medo. Nós mulheres podemos fazer tudo o que os homens fazem pois somos igualmente capazes. As mulheres não são menos por serem mulheres!



SCHAEFFLER  
REPXPERT




## A ferramenta certa para aprimorar seu conhecimento


Seja bem-vindo ao REPXPERT, o portal oficial da Schaeffler com todo suporte para o reparador que usa as peças LuK, INA e FAG. Neste canal, você vai encontrar catálogos, materiais técnicos oficiais, manual de instalação e vídeos com as informações que você precisa.

Acesse [www.repxpert.com](http://www.repxpert.com) e saiba como fazer do conhecimento a sua principal ferramenta.

0800 011 10 29 | [sac.br@schaeffler.com](mailto:sac.br@schaeffler.com)  
[www.schaeffler.com.br](http://www.schaeffler.com.br)

 /SchaefflerBrasil

 /Company/Schaeffler

 15 99798.6385

SCHAEFFLER

# POUR DENTRO

# DO MERA VADO



# MINI COOPER SE

Famoso veículo britânico, o modelo chega ao Brasil este ano, em sua versão elétrica, já com o visual atualizado. Fabricado em Oxford, o carro possui um propulsor elétrico capaz de gerar 184 cv de potência, além de baterias de íon-lítio de 32,6kWh, o que possibilita uma autonomia de até 234km sem precisar ser recarregado. Segundo a marca, a recarga completa, que pode ser feita em uma tomada doméstica, apresenta custo de apenas 30 reais em cidades como São Paulo. Isso, porém, pode variar de acordo com a fornecedora de energia.





# TAOS

Com estreia confirmada para 2021, o novo SUV da marca alemã será produzido na Argentina e deve chegar ao Brasil no segundo trimestre do ano. Posicionado entre os modelos Tiguan e T-Cross da marca, o carro traz algumas sofisticações: a nova tecnologia dos faróis i.Q Light da VW, com uma barra de LED que percorre a grade, além do volante com o novo escudo da marca. O motor será 1.4 TSI turbo de 150 cv e 25,5 kgf.m. Os valores deverão variar de R\$130 mil a R\$150 mil.





# COROLLA CROSS

O modelo é o lançamento da Toyota para o mercado de SUVs. Com um estilo próprio, distancia-se de ser uma versão menor do RAV4, apresentando valor mais acessível e semelhanças com o Corolla que o público já conhece - desde elementos internos iguais, como o volante e central multimídia, até o design externo parecido, com desenho linear que encontra as saídas de ar. Trata-se de um SUV médio, com amplo espaço interno e capacidade de 487 litros no porta-malas (sem contar o uso do estepe), que deve enfrentar concorrentes como Jeep Compass, Peugeot 3008 e Chevrolet Equinox. O modelo, no Brasil, virá da fábrica em Sorocaba (SP) com **motor 2.0 de 177 cv ou 1.6 híbrido de 122 cv**. Os valores tendem a começar em R\$130 mil.



# BRONCO SPORT



O novo SUV médio da marca carrega o emblemático nome "Bronco", do modelo criado nos anos 60, e estreará no país no final de 2021. A versão Sport é montada com a plataforma C2, a mesma usada nos Focus e Escape. Seu tamanho o coloca como concorrente do Jeep Compass e Chevrolet Equinox, por exemplo. Esse veículo conta com modo de seleção de terreno, ajustando a suspensão de acordo com uma das sete alternativas. Em seu volante não será usado o logo da Ford, mas, sim, o cavalo dando coice, o qual será o símbolo da linha. Suas outras variantes são ainda mais voltadas para o desempenho off-road e ainda não tem data prevista para a chegada ao Brasil.

# A qualidade que faz a diferença.

COFAP, a marca preferida das principais montadoras e dos consumidores, tem não somente a melhor qualidade, mas também a maior cobertura de frota do mercado brasileiro.



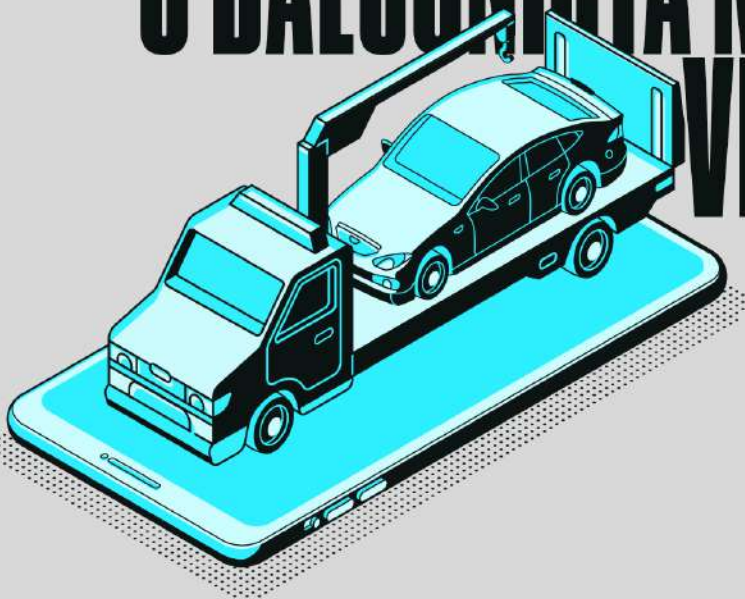
Faça revisões no seu veículo regularmente.

[mmcofap.com.br](http://mmcofap.com.br)



 **cofap**

# O BALCONISTA NA VISÃO DO MECÂNICO



Alguns anos atrás, em Fortaleza, o balconista Edivandro disse a seguinte frase, em entrevista a esta mesma revista: "O balcão é o coração da loja".

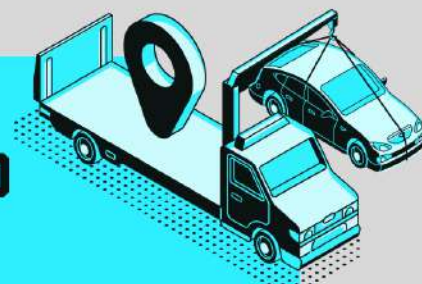
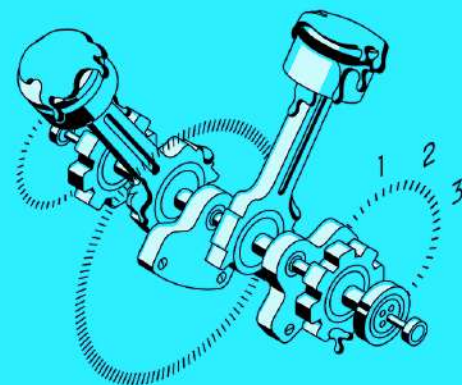


De fato, se o coração bombeia o sangue - que circula pelo nosso organismo e permite seu funcionamento - o balcão é o lugar onde, segundo Edivandro, "começa todo o relacionamento com as pessoas". As trocas de informações e produtos são como as trocas gasosas, cada uma, à sua maneira, essencial para a sobrevivência tanto da loja quanto do ser humano.

Como não se trata de uma aula de biologia, não perderemos tempo mostrando funções de sistemas respiratório e circulatório. O organismo em questão aqui é o comércio de autopeças. Portanto, vamos em frente e responder à questão: o que os balconistas devem fazer para mantê-lo vivo?

## CONHECIMENTO

Antes de tudo, é preciso ressaltar: qualquer relação envolvendo mais de uma parte é, no mínimo, uma via de mão dupla. Para o mecânico Lucas Veríssimo, da Oficina Maneco, em Santos (SP), "não dá para generalizar só para o balconista. O mecânico também precisa passar as informações certas na hora de buscar as peças".



Em São Paulo (SP), na Oficina Veyron, Fernando Romão destaca aquele que considera o princípio básico ao balconista; segundo o mecânico, "o mínimo é ter o catálogo na mão, ler antes em vez de tentar adivinhar as coisas. Ele precisa ter agilidade e cumprir o que promete".

Ser ágil, porém, não significa necessariamente atuar sob pressão. Trata-se apenas de conduzir os processos com maior atenção e precisão, sem atrasos. Fernando exemplifica o que o balconista não deve fazer nesses casos.

"Eu pedi um jogo de velas para um Hyundai HB20 1.0, ano 2018-2019. Daí pergunta se são 3 ou 4 cilindros, acha que são 4. Mas de 2017 para cá, são só 3 cilindros. Então, o cara queria adivinhar, em vez de procurar a informação. Perde tempo", recorda.

E quais os principais perfis dentro da categoria balconista? A mecânica Aline Alves de Freitas, da Giroflex, em Uberlândia (MG), aponta: "Existem dois tipos: um que quer realmente conquistar o cliente, e outro, desinteressado, que só quer efetuar a venda", diz, fazendo as mesmas ponderações de Lucas: "Mas eu preciso dar todas as informações certas para ele".

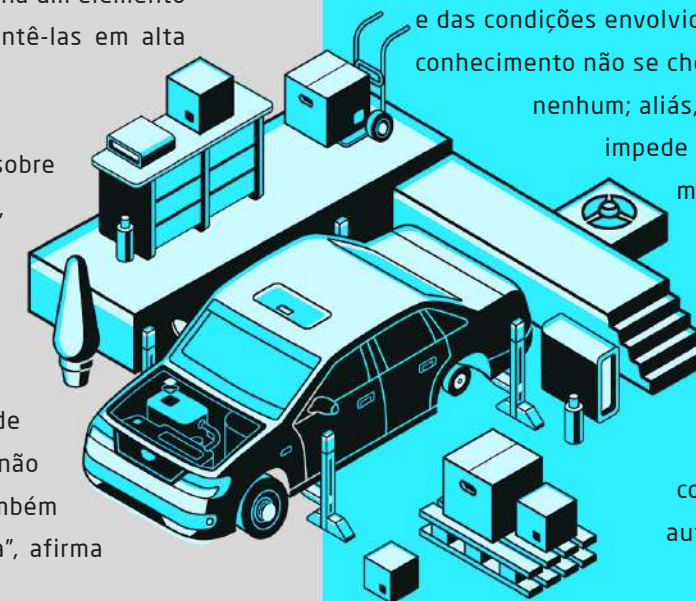
Mesmo que a intenção não seja conquistar ou criar um laço de amizade com o mecânico, há um elemento central para garantir a venda e mantê-las em alta frequência.

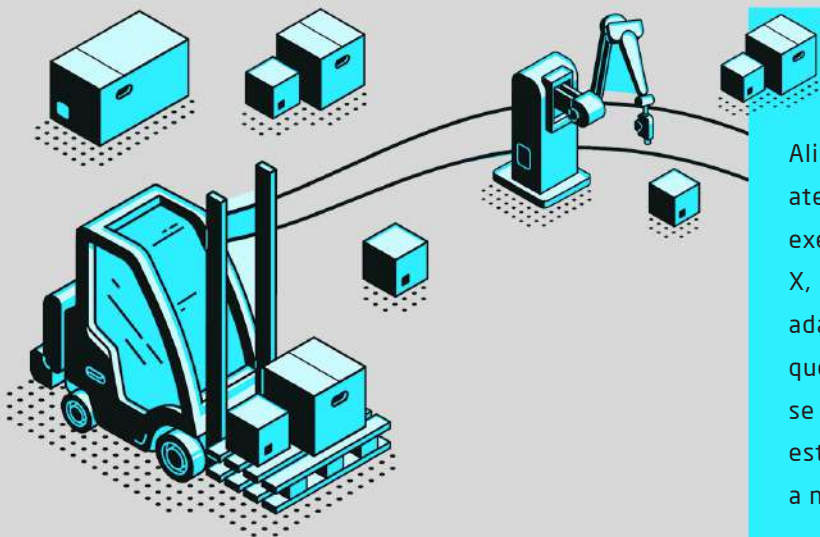
"O essencial é ter conhecimento sobre o que está vendendo. Às vezes, no mesmo tipo de carro, no mesmo ano, pode ter dois, três tipos diferentes de peça. Então, o balconista precisa se atualizar a todo momento. Segundo, a qualidade no fornecimento do material. Isso não se refere só ao balconista, mas também ao lojista, ao comprador da empresa", afirma Lucas.

O mecânico santista aponta uma mudança fundamental sofrida no comércio de autopeças. Trata-se da combinação entre a designação de pessoas muito jovens à função de balconista e o aumento da variedade de peças, tornando as informações mais complexas, o que dificulta principalmente aqueles mais inexperientes.

"Antigamente, um trabalhador de autopeças começava lá menino, como entregador; depois, virava estoquista, ia para a expedição, dali para balconista já com um certo conhecimento. Hoje, nas autopeças daqui, 90% dos balconistas que têm conhecimento são os mais antigos. Os mais novos trabalham todos com catálogo na mão, vasculhando, pedindo ano, isso, aquilo. Mas isso eu também entendo, porque hoje existe uma variedade bem maior de peça".

Ou seja, independentemente da época e das condições envolvidas, sem conhecimento não se chega a lugar nenhum; aliás, a falta dele impede qualquer movimento. O conhecimento é a força motriz da engrenagem, é ele quem faz circular o sangue do comércio de autopeças.





# ATENÇÃO, RESPEITO E CONFIANÇA

De maneira geral, tão importante quanto saber o que fazer, é ter em mente o que não fazer. Assim, é possível ir aos poucos descartando posturas inadequadas, inclusive quando o balconista não possui conhecimento em relação a alguma peça solicitada. Afinal, como os entrevistados destacaram no início da reportagem, cabe ao mecânico, antes de tudo, passar as informações corretas, ou seja, basta acreditar no cliente, já que é dele a responsabilidade inicial.

Aline relembra um fato que demonstra a situação: "Outro dia, pedi um filtro de combustível com numeração 60/7. O balconista olhou no catálogo e viu que o carro era modelo 2007, e 2007 era um ano de mudança, ou seja, em que o veículo sofreria alterações para entrar 2008 com peças novas. Uma delas era o filtro de combustível. Ele me vendeu o outro filtro, sendo que eu já tinha retirado do carro e passado a numeração certa. Então, quando o reparador passa a numeração, ele já sabe o que quer. São situações em que o vendedor não tem a confiança no mecânico. Muitas vezes ele quer ajudar, mas acaba atrapalhando".

Aline também reforça a importância de se atentar às especificidades dos produtos. Por exemplo, um carro X precisa de uma mangueira X, embora exista um modelo Y que pode ser adaptado a ele. Entretanto, adaptação não quer dizer 100% de eficácia. Ainda assim, se a loja conta apenas com a peça Y em seu estoque, faz-se o possível para vendê-la, dada a necessidade de se bater metas.

"Um balconista quis te vender uma mangueira que serve, porém com as medidas um pouco diferentes. São ajustáveis, mas sem a mesma durabilidade, porque não é do mesmo material. Mas servir não quer dizer que vai dar certo. Não tem como comprar gato por lebre".

E como o balconista conquista, perde ou deixa de ganhar a confiança do mecânico? Uma ilustração é feita por Fernando, que compara a postura de dois balconistas de uma mesma autopeça: "Sobre um deles, em 80% das vezes que você pede uma peça, ela vem errada ou atrasa muito para chegar. Daí eu ligo cobrando. Quando a peça chega, eu olho no papel o horário que foi emitida a nota do pedido, e ela bate com o horário em que eu liguei cobrando, ou seja, ele tinha esquecido. Já outro atendente consegue atender você e até mais outras cinco pessoas juntas. E às vezes eles fazem as mesmas perguntas. Então, eu vejo esse cara como alguém que resolve um problema. Ligo para ele e ele resolve, seja problema de garantia, seja com preço."



Muito se fala em cordialidade quando o assunto é o trato entre pessoas, sobretudo no comércio. Mas essa palavra pode soar de forma estranha a um universo bastante peculiar, exalando óleo e graxa, cujas relações ocorrem tão rápida e dinamicamente. De acordo com o mecânico Lucas, isso é mero detalhe; no máximo, a cereja do bolo, desde que de modo consentido, prevalecendo o respeito dos dois lados.

**"A GENTE É TUDO OGRO. PELO MENOS, QUANDO TEM MAIS INTIMIDADE, É UM XINGANDO O OUTRO: 'MANDA ISSO LOGO, SAFADO, CANALHA', E O BALCONISTA RESPONDENDO NA MESMA MOEDA. ENTÃO, SINCERAMENTE, O QUE IMPORTA MESMO É A PESSOA SABER O QUE ESTÁ VENDENDO", CONTA.**

Embora esse tipo de abordagem possa causar espanto a quem esteja perto, existem demonstrações sutis, enraizadas por um comportamento normalizado, capazes de impedir o tal bombeamento do sangue, causando perda de oxigênio, isto é, de clientes.

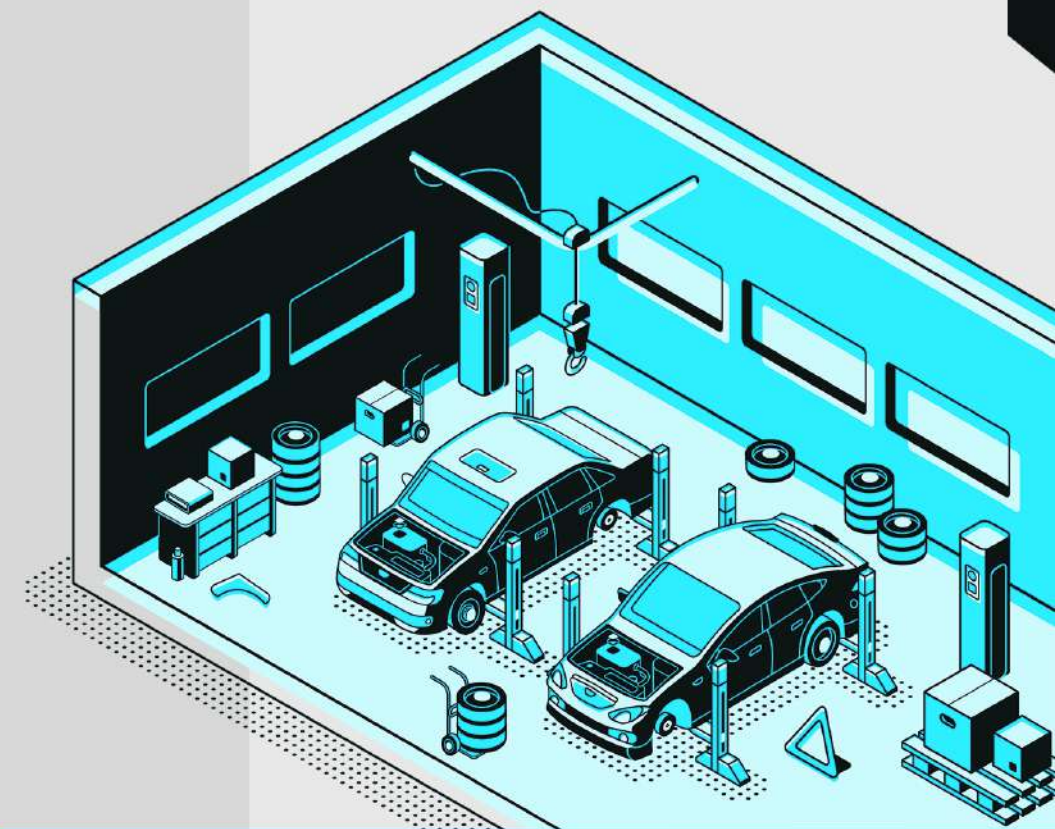
É o caso do machismo, infelizmente parte integrante da sociedade, ainda mais em um setor dominado pela presença masculina. É comum, portanto, que a mecânica Aline tenha sentido isso na pele. E uma das principais formas de manifestação se dá pela desconfiança.



"Muitos já me perguntaram se eu tinha certeza daquilo que eu estava pedindo. Uma mulher no setor automotivo não pode ser espanto", desabafa.

Como consequência, até o preço deixa de ser prioridade na hora de escolher onde comprar as autopeças; afinal, nesse caso, o custo gerado pelo desrespeito geralmente é maior.

"Já tenho alguns lugares fixos. Não é o melhor preço da cidade, mas é o melhor atendimento da cidade. Um mecânico bem atendido consegue não só uma venda, mas também um amigo, uma relação de fidelidade. O melhor amigo do balconista é o mecânico e o reparador. E não a venda em si.", conta Aline.



# A RESPONSABILIDADE DA INDÚSTRIA

As lojas de autopeças costumam ter catálogos informando as características dos vários produtos do setor; consultar esse livro, portanto, é essencial.

Porém, nos últimos anos, em função do desenfreado avanço tecnológico, os catálogos se converteram para o modelo digital. Quando um mecânico solicita a peça, o balconista vai ao computador. O procedimento, em parte, torna-se mais ágil, poupando inclusive o deslocamento do comprador até a loja, já que as informações podem ser trocadas via Whatsapp.

“Nem sempre a gente vai à loja; a gente manda por telefone, Whatsapp, e isso tudo mantém um vínculo, e é o que eu acho que é mais importante para os balconistas”, afirma Lucas.

Por outro lado, segundo Aline, a tecnologia pode retardar o processo, sobretudo quando a compra é realizada presencialmente. Ela destaca também que algumas empresas deixaram de fornecer o catálogo físico.

“Seria fundamental que a indústria automobilística voltasse a imprimir mais catálogos de papel para distribuí-los aos balconistas. Até ligar o computador, abrir o catálogo virtual, pesquisar a peça que o cliente precisa, já se gastou muito tempo”.

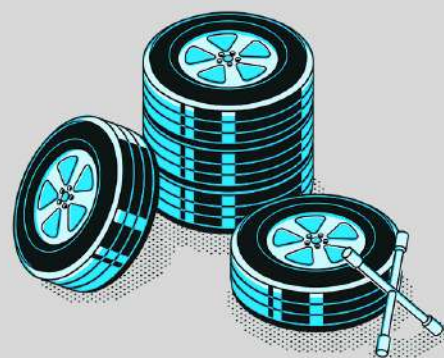
Tudo isso, segundo a mecânica, compõe uma cadeia de elementos, muito maior do que a simples relação da sua categoria com os vendedores. Assim, é preciso iniciativa e respaldo lá do topo, de modo a evitar que a “bucha” recaia sempre sobre quem está atrás do balcão. Ao fim e ao cabo, uma coisa puxa a outra.



**“SE TIVESSEM MAIS CURSOS DE CAPACITAÇÃO, MAIOR INVESTIMENTO DO SETOR AUTOMOTIVO, SERIA MAIS FÁCIL E ÁGIL TANTO PARA ATENDER O MECÂNICO, COMO PARA BATER A META DE VENDAS NO FIM DO MÊS”, PROPÕE ALINE.**



Outro fator apontado pela mineira é a queima de etapas, geralmente fruto da falta de informação. Em algumas ocasiões, quando há problema no veículo, o motorista procura uma autopeça antes de consultar uma oficina mecânica. Ainda que isso às vezes possa funcionar, significando uma boa economia de tempo, não se trata da opção recomendada.



“O certo é o cliente levar primeiro no reparador para ver o que está acontecendo, mas muitas vezes ele vai direto à autopeça; lá, o balconista vende - por necessidade de bater meta - produtos que o próprio cliente depois instala no carro, e não funciona”.

Aline também destaca o fato de as autopeças não terem preço fixo em seus produtos, apesar de a lei determinar que assim seja. Segundo ela, diversas pessoas podem ligar

para o mesmo balconista para solicitar a mesma peça, e esse produto ser vendido por valores diferentes. Isso porque alguns locais costumam privilegiar clientes que frequentam a loja há mais tempo.

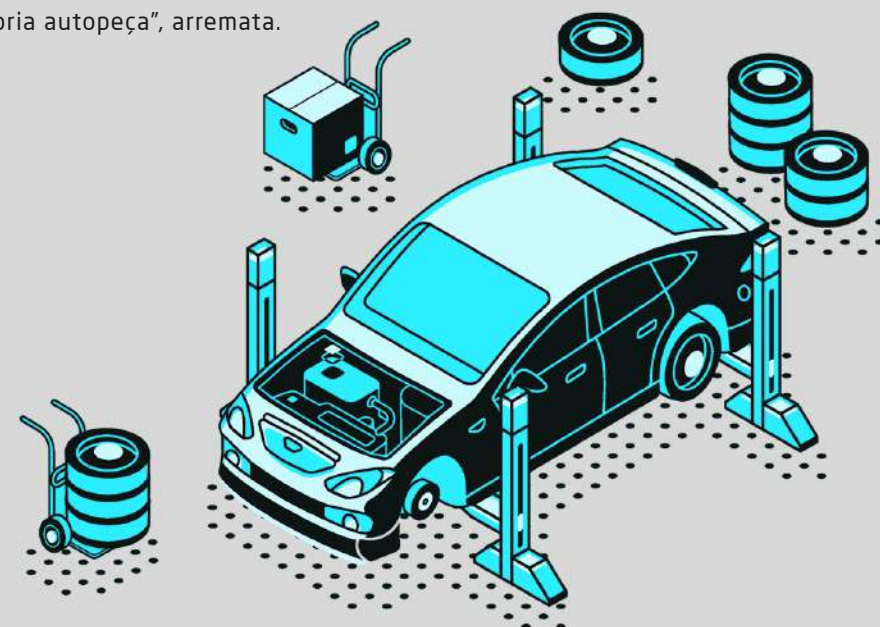
“Quanto mais tempo ele tiver como cliente, mais desconto tem. Hoje em dia, é um leilão. São vários fatores em que o próprio balconista é tachado, e muitas vezes a culpa nem é dele. A culpa é do setor automotivo e da própria autopeça”, arremata.

## TODOS NO MESMO BARCO

Se o balcão é o coração da loja, todos os órgãos devem estar coordenados, em harmonia, para garantir que o organismo do setor automotivo funcione.

Diante da situação exposta, repleta de óleo na pista, Aline só enxerga um único caminho:

**“BALCONISTA, MECÂNICO, SETOR AUTOMOTIVO... TODOS PRECISAM SE UNIR”**



# A Ford tem tudo o que o seu negócio precisa.



Mais de 50 anos de tradição  
no fornecimento de peças  
para veículos Ford.



Alto nível de qualidade com  
produtos aplicáveis a veículos  
de outras montadoras.

Aponte a câmera do seu  
celular para o QR Code acima  
e veja onde encontrar as  
nossas linhas de produtos.

ALFA ROMEO

# SPIDER VELOCE

2000



# ALFA ROMEO SPIDER VELOCE 2.000

## VELOCE 2000

Modelo - Veloce

Série - 2000

Marca - Alfa Romeo

Proprietário: Daniel Soares Filho

Ano - 1972

Unidades produzidas: 38.379

Cor - Branco

Início da produção - 1971

Potência: 133 cv

RPM: 5500

O conversível de dois lugares da Alfa Romeo é, sem dúvidas, **um dos veículos mais famosos** e icônicos da trajetória da montadora.

**Com um design digno de elogios, proveniente da renomada Pininfarina**, o modelo perdurou por décadas. Sua primeira geração foi lançada em 1955, com base na Giulietta Sprint Coupe, porém menor e com dois lugares. A última linha da Spider "original" é encerrada em 1993, mas há outras versões póstumas.

O design mais próximo da identidade clássica do automóvel começa a aparecer nos anos 60, com a versão Duetto e, depois, a Veloce. Em 1971, tem-se início a sua produção de maior sucesso: a **Alfa Romeo Spider Veloce 2000, que chega a 38.379 unidades fabricadas**. Essa variante possui lanternas maiores, **motor 2000cc e uma potência de 133cv a 5500rpm**, garantindo genuína velocidade ao carro.



A importação de veículos da Alfa Romeo para o Brasil tornou-se realidade, em primeira instância, com a fundação da Jolly-Gancia, em 1966, pelo italiano Piero Gancia, um apaixonado pelo automobilismo e pela marca.

O preço de uma Spider, objeto de desejo para muitos, não era tão exorbitante, o que fez com que **muitas delas circulassem pelas ruas do país nos anos 70.**

**Daniel Soares Filho** é um entusiasta de Alfas, mantendo dois exemplares em sua garagem em São Paulo, **um deles a Alfa Romeo Spider Veloce 2.000, de 1972.** O empresário ganhou o carro em destaque como um presente de seu pai, **há quase 50 anos**, mas esse não foi o primeiro modelo que ele teve da marca italiana. Alguns anos antes, adquiriu uma GTV, da loja Jolly-Gancia, pioneira nesse comércio, onde ele primeiro se encontrou fascinado por esse universo.



Mais tarde, em 1988, Daniel acompanharia o nascimento do Alfa Romeo Clube do Brasil, do qual é conselheiro atualmente. "Foi ideia de um empresário chamado Fabio Steinbruch, que já faleceu, infelizmente. Na ocasião,

chamou pessoas que já tinham essa marca. O clube realizou inúmeros eventos de automobilismo antigo, tendo inclusive conseguido criar uma categoria para disputa em Interlagos, que durou 15 anos, a Fórmula Classic, praticamente exclusividade de Alfa Romeo", recorda. O clube está na ativa até hoje e continua realizando eventos.



No que se refere à Spider, o design e longevidade do modelo, além do apego pessoal, são os motivos para seu proprietário adorá-la e mantê-la por 5 décadas. O conselho principal do empresário paulista é tentar evitar ao máximo acidentes, tanto na pista quanto no trânsito. Isso porque, segundo ele, as peças de funilaria são extremamente difíceis de encontrar, já que, por serem muito grandes, a importação parou faz muito tempo.



Ainda sobre o estado do carro, **Daniel destaca não ter feito nenhuma alteração significativa em sua aparência ou mecânica.**

**“Não mudei nada, nem teria condições, porque é um carro lindo e para você receber a placa preta que ele tem, você tem que mantê-lo 80%, no mínimo, original, e meu carro passa disso.** As poucas modificações que eu fiz nele foram de conforto interno, mas, fora isso, nada significativo”.

Quando questionado sobre o seu entusiasmo, em especial, por Alfas antigos, Daniel responde: “Bom, a paixão às vezes está nos olhos, né, você olha e gosta daquele modelo, como é o meu caso. E a marca Alfa Romeo sempre foi confiável e tem uma história muito bonita, **é a primeira bicampeã mundial de Fórmula 1, e ela vem desde 1910**”.



**Além dessa Spider, o conselheiro do Alfa Romeo Clube do Brasil também já teve uma Giulietta Sprint 1958, uma Spider de 1996 e, ainda hoje, possui uma GTV de 1974.**

Apesar da grande afinidade com a firma italiana, Daniel conta que já teve carros clássicos de outras empresas, como Camaro e Mitsubishi, mas não se adaptou, principalmente pelas necessidades de reparo constante.



“**A PAIXÃO ÀS VEZES ESTÁ NOS OLHOS**”

# KIT DE ROLAMENTOS SKF

MAIS OPÇÕES PARA CONTINUAR RODANDO COM VOCÊ



VKBA 6781 e VKBA 6782 - BMW Série 1/3 2012/...



VKBA 6766 - Volkswagen Up 2014/...



VKBC 20200 e VBKA 7011 - Volkswagen Golf 2014/...



VKBA 7602 - GM Onix 2005:

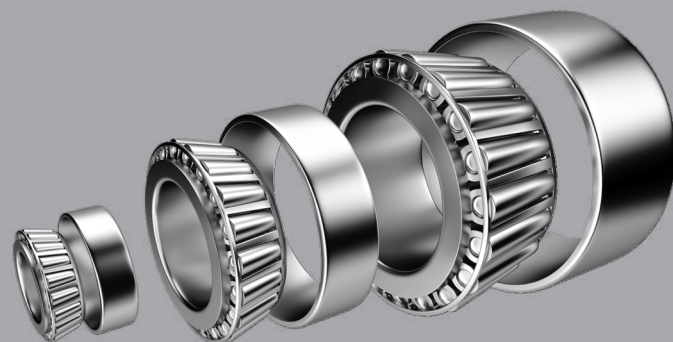
## VANTAGENS DO ROLAMENTO SKF

**Inovação:** pioneirismo em todos os principais avanços da tecnologia de rolamento de roda desde a invenção do automóvel.

**Usinagem:** precisão para atendimento das tolerâncias, aumentando a força motriz e reduzindo a perda de potência.

**Forjaria:** Utilização de aço de alta qualidade, evitando trincas nas pistas dos anéis dos rolamentos e aumentando sua vida útil.

**Qualidade:** peças originais de fábrica que garantem desempenho e confiabilidade.



POWERED BY:

**SKF**

# FATOS E BOATOS

Embora seja um componente importantíssimo à segurança dos passageiros do carro, o encosto de cabeça gera algumas controvérsias que inclusive colocam em xeque sua real eficácia.

Mas, resumindo: ele deve ser levado a sério. Portanto, para não deixar dúvidas, confira os fatos e os boatos sobre essa peça.

FATOS

## PREVINE LESÕES

Além de ser um apoio que traz mais conforto aos ocupantes do veículo e previne contra lesões originadas por má postura, a peça é essencial em acidentes. Em casos de batida, o encosto garante que a cabeça não se movimente para trás, evitando ferimentos graves na coluna.



## É OBRIGATÓRIO

O encosto de cabeça, em suas primeiras aparições, era visto apenas em modelos de luxo - isso antes dos anos 1960. Com o passar do tempo, sua fabricação tornou-se regular, e hoje ele é encontrado na grande maioria dos carros. Por ser um equipamento de segurança, o Conselho Nacional de Trânsito (CONTRAN) transformou em obrigatória a presença dele em todos os veículos nos assentos próximos às janelas, sendo dispensável apenas na cadeira do meio.

BOATOS

## SERVE PARA QUEBRAR O VIDRO EM CASOS DE EMERGÊNCIA

Ao contrário do que muitos pensam, principalmente devido à circulação de informações falsas nas redes, o encosto de cabeça NÃO é apto para isso. Inclusive, só é possível ajustar a peça por motivos de segurança e conforto, de modo que a cabeça fique apoiada na altura ideal.

Na prática, é extremamente difícil remover esse equipamento, sendo necessário diversas vezes o uso de uma ferramenta específica para tal.

Para quebrar o vidro em emergências, o indicado seria um martelo ou algum outro objeto rígido.

## É DESCONFORTÁVEL

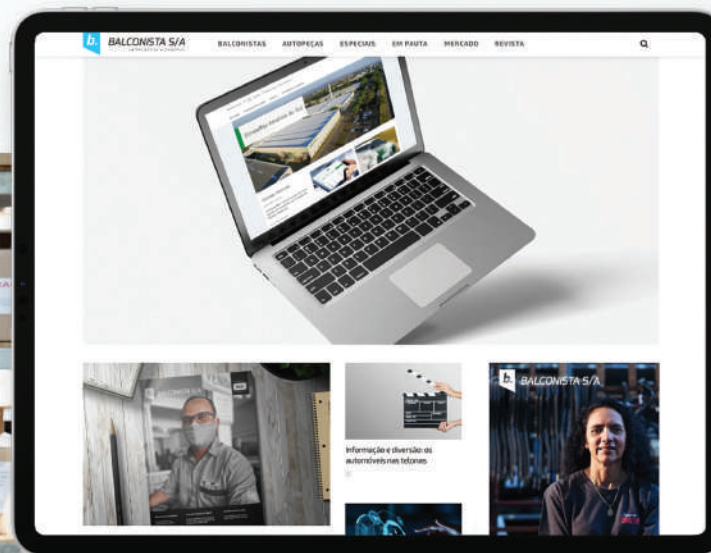
Se o seu encosto de cabeça está desconfortável, é porque provavelmente ele não está ajustado da melhor maneira. O equipamento nunca deve estar distante do corpo; a posição correta leva em consideração a estatura, com o topo da peça próximo do limite do crânio, sem ultrapassá-lo.

Além disso, já há versões do utensílio que apresentam diversas formas para serem reguladas, podendo aproximá-las, incliná-las, além de apenas definir a altura. Verifique as opções disponíveis para o seu modelo.

# MOBILIDADE

É CONECTAR O MERCADO

TODOS OS DIAS



43 FILIAIS

140 FORNECEDORES

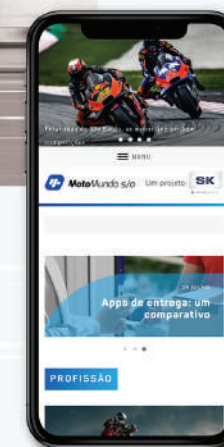
35 MIL PRODUTOS

83 MILHÕES DE IMPACTOS NOS PROGRAMAS DE RELACIONAMENTO SK

A SK Mobility redefiniu o papel de um distribuidor. Nosso trabalho é aproximar o mercado e contribuir com o desenvolvimento do segmento. É assim que criamos uma rede completa de serviços que conectam indústrias, varejos e centros automotivos em todo país. Os números da SK são a maior comprovação do objetivo central da nossa equipe: **estar sempre ao seu lado.**



MOBILITY



b. BALCONISTA S/A r. reparador s/a M. MundoMoto s/a

# PASSADO E PRESENTE SE ENCONTRAM

O QUE O TERCEIRO MILÊNIO TROUXE DE NOVIDADE NA PROFISSÃO DE BALCONISTA

21 anos é muito tempo? Para a evolução da humanidade, pouquíssimo. Para um relacionamento, sim. Mas e quando se fala na dinâmica de um ofício? Ao considerar a profissão dos balconistas de oficina e de lojas de autopeças, a resposta é um sonoro “com certeza”. Pelo menos é o que garante Janivaldo dos Santos, de 60 anos, que trabalha há 38 deles como balconista de loja de autopeças:

**“Antes tinham só quatro linhas de peças. Hoje há muitas, então ficou bem complexo de trabalhar, porque tem muita mercadoria. No passado, havia só Ford, Volkswagen, Fiat e GM. Atualmente não, existe uma abrangência maior, e para manter um estoque nessa proporção, é preciso muito dinheiro, muito dinheiro mesmo”.**

Uma das alterações que exigiu mais atenção na profissão de balconista, de acordo com Janivaldo, ocorreu nas peças que, com o passar do tempo, foram chegando ao Brasil: “As linhas importadas foram o que mais impactaram. A gente não tinha e todo mundo teve que se aperfeiçoar, se adequar àquele tipo de carro”.



O profissional reconhece, no entanto, que as mudanças trazidas pelo terceiro milênio não foram apenas negativas. Ele afirma que a chegada dos computadores e da internet trouxeram mais conforto e facilidades ao seu ofício.

Quem também viveu de perto as modificações que o ano 2000 provocou na área de reparação automotiva foi Alexandre Ribeiro, de 44 anos, balconista e mecânico da Arcar Serviços Automotivos - oficina especializada em veículos de marcas francesas.

Ele conta que quando começou na profissão, em 1988, a maneira de trabalhar era mais mecânica, diferentemente de hoje em dia:

**“A gente precisava de muita prática antigamente. Mas era um pouco mais fácil reparar um veículo. Atualmente, a prática também é importante, mas a gente precisa muito mais de teoria porque a evolução da eletrônica nos veículos aumentou muito. É necessário ter mais sabedoria teórica para trabalhar com os veículos de hoje. Não se pode parar de estudar nunca. Tem que estar sempre atualizado”.**



Alexandre também garante que, hoje em dia, apenas a paixão por veículos não é suficiente para que um balconista tenha sucesso na profissão: **“Não adianta colocar uma pessoa dentro da oficina só porque ela gosta de carro. Agora, o profissional precisa entender as especificidades das peças, o porquê de ele estar vendendo determinada peça ao cliente. Ele precisa saber como ela funciona, como é instalada, para que serve. Isso exige que haja mais estudo por parte do balconista”.**

A idade do terceiro milênio - 21 anos - é quase a mesma da de Otavio Ribeiro (22), filho de Alexandre, que trabalha com o pai também como balconista e mecânico da oficina da família. Ele confessa ter observado mudanças na profissão pelo que ouve de seu genitor, e compartilha da visão de Alexandre quando o assunto é a necessidade de se manter atualizado na área:

***“Para se destacar, é preciso conhecimento sobre o que você vai passar para o cliente. É necessário explicar tudo corretamente para que ele tenha confiança em você”.***

A dificuldade trazida pelos avanços na tecnologia é sentida na pele por Otavio, que adora mexer nos carros e nos produtos destinados a eles, mas encontra alguns obstáculos mesmo em acessórios que não são extremamente atuais: ***“É um pouco mais complicado mexer no câmbio mecânico. Para mim, ele é mais complexo de entender, pela quantidade de componentes e por seu funcionamento”.***



## “ PARA SE DESTACAR, É PRECISO CONHECIMENTO ”



Assim como Otávio, o jovem balconista Gabriel Reigel (25), da Atenas Autopeças, enxerga transformações que vêm ocorrendo e mudanças que necessitam acontecer em seu ofício: ***“O balcão nunca deixará de existir, mas falta um balcão mais automatizado. Já vejo essa evolução acontecendo na área e torço para que isso seja ainda maior no futuro, pois a tecnologia ajudou a melhorar o atendimento”.***

Em meio a gerações diferentes e transformações no ofício, existe um consenso entre Janivaldo, Alexandre, Otavio e Gabriel acerca de duas qualidades indispensáveis para um balconista de sucesso, que dificilmente mudarão ao longo do tempo: o bom atendimento ao cliente e o amor pela profissão.

# MARELLI COFAP AFTERMARKET ENCERRA 2020 COM 1.315 NOVOS CÓDIGOS DE PRODUTOS



Maior empresa do mercado de reposição de autopeças no Brasil, a Marelli Cofap Aftermarket lançou 1.315 novos códigos de produtos no ano passado. Mesmo diante dos impactos da pandemia do novo coronavírus, as marcas Cofap e Magneti Marelli mantiveram o ritmo de expansão do portfólio, superando em 25% o número de códigos anunciados em 2019. O resultado demonstra o compromisso da empresa em manter o aftermarket brasileiro abastecido com produtos de excelência e qualidade.

No total, foram 706 códigos da marca Cofap, que inclui ainda uma nova família de produtos: os kits de barra estabilizadora. Desse montante, 206 códigos são referentes a amortecedores. Em 2020, a Cofap superou a marca de 1.500 códigos ativos desse componente, reforçando seu

protagonismo nesse segmento do mercado.

A Magneti Marelli teve 609 novos códigos anunciados no ano passado, incluindo os itens que fazem parte de novas famílias de produtos, como fluidos para radiadores, sensores ABS, bicos injetores para motores Diesel, baterias estacionárias, interruptores de freio e interruptores térmicos.

Com as novidades, a Marelli Cofap Aftermarket soma 68 dessas famílias e o maior portfólio do mercado de reposição nacional.

Em 2020 a empresa também se destacou por ser a marca mais bem avaliada pelos mecânicos. Os amortecedores Cofap conquistaram mais uma vez o primeiro lugar no Prêmio Sindirepa. O Selo Ouro foi concedido após pesquisa realizada

com 259 reparadores do estado de São Paulo. A marca Magneti Marelli também foi reconhecida com dois Selos Bronze, nas categorias Componentes de Motor (anel, bronzina e pistão) e Bombas de Combustível.

Para 2021, a empresa espera lançar mais de 1.500 códigos no mercado de reposição nacional: 880 itens Cofap e 630 da Magneti Marelli. Todos os componentes de ambas são desenvolvidos seguindo os parâmetros das peças genuínas e passam por rigorosos testes de homologação, entregando ao cliente do mercado reparador a mesma qualidade, tecnologia, durabilidade, desempenho e confiabilidade do produto original.

POWERED BY:



“

**A PRÁTICA  
TAMBÉM É  
IMPORTANTE,  
MAS A GENTE  
PRECISA MUITO  
MAIS DE TEORIA**

”

8 ou  
80

Ao chegar em um posto de combustível, você muitas vezes deve ter se perguntado: "em qual bomba eu vou?". A **gasolina comum**, como o próprio nome diz, não gera muitas dúvidas sobre sua função; já a **aditivada** possui algumas características não tão conhecidas no senso geral. **Confira as diferenças entre cada uma e veja qual delas se adapta melhor ao estilo e à rotina do seu carro.**

C  
O  
M  
U  
M

Combustível convencional

Melhor custo-benefício para velocidades médias altas

Menor custo por litro

Melhor para o "anda e pára" das grandes cidades

Maior rendimento

Limpa as válvulas do motor

É o modelo mais conhecido de combustível, portanto aquele, digamos, menos "questionado", e **recomendado sobretudo para carros de menor performance**. Seu custo-benefício, segundo a Agência Nacional do Petróleo (ANP), é melhor quando se percorre longas distâncias em alta velocidade, por exemplo, nas estradas. **Se o veículo que exige gasolina de alta octanagem for abastecido pelo tipo comum, a potência do motor não será totalmente aproveitada.**

**Os aditivos impedem a formação de sujeiras no interior do motor, mantendo sua combustão correta.** De acordo com a ANP, ela é recomendada para enfrentar o trânsito congestionado das grandes cidades, onde o carro anda e pára diversas vezes. **Mas atenção: abastecer repentinamente um motor que sempre recebe gasolina comum pode causar entupimento dos bicos injetores e carburadores.** Dessa forma, sugere-se uma mudança gradativa, inicialmente misturando os dois tipos.

A  
D  
I  
T  
I  
V  
A  
D  
A



APRESENTADO POR:



COM APOIO DE:



# SÉRIE ITENS CAMPEÕES FREUDENBERG-CORTECO

FREUDENBERG-NOK  
TECNOLOGIA EM VEDAÇÃO

RETENTOR DE QUALIDADE ORIGINAL COM PREÇO DE REPOSIÇÃO

- Projeto original de montadora
- Melhor custo-benefício do mercado
- Líder mundial em itens de vedação e antivibração

Visite a Corteco Brasil:

- Corteco Brasil 0800 019 4111
- Corteco Brasil (11) 95033-8809
- Corteco Brasil
- Corteco Brasil
- [www.corteco.com.br](http://www.corteco.com.br)

#SejaOriginalsejaFreudenberg-NOK



5245T



5200T



5159V



5338T



5702T



2702V



5502T



1942P

FAÇA REVISÕES EM SEU VEÍCULO REGULARMENTE. ZMIX

a brand of  
FREUDENBERG-NOK



# O FUTURO DAS PALHETAS CHEGOU ATÉ VOCÊ

A nova linha de palhetas  
para limpador de para-brisa

# Tecfil®

max vision

PRODUZIDAS  
COM **BORRACHA  
NATURAL E TEFLON**

 PALHETAS  
SILENCIOSAS

 MONTAGEM  
RÁPIDA

 MÁXIMA  
VISIBILIDADE

