

PNEUS & CIA.

Publicação bimestral do Sindipneus

Ano 14 • nº 81 • maio/junho 2021

A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE NO MERCADO DE PNEUS

O QUE AS EMPRESAS DO SETOR ESTÃO FAZENDO PARA
ENCANTAR E ATRAIR O CONSUMIDOR FINAL

CONEXÃO

RENEGOCIAÇÕES BANCÁRIAS AJUDAM
A DAR FÔLEGIO FINANCEIRO ÀS EMPRESAS

VIVER BEM

DICAS PARA DESENVOLVER HÁBITOS
SAUDÁVEIS DURANTE A QUARENTENA



SINDIPNEUS

Sindicato das Empresas de
Revenda e Prestação de Serviços
de Reforma de Pneus e Similares
do Estado de Minas Gerais
Rua Aimorés, 462 sl. 108 | Funcionários
CEP 30140-904 | Belo Horizonte | MG

O que fazer para conquistar o cliente?

Não há dúvidas de que a pandemia trouxe à tona mudanças que representarão um legado permanente às empresas, não apenas no modo de lidar com seus stakeholders, mas no jeito de fazer negócio e conquistar clientes. O termo customer experience (CX), ou experiência do cliente, ganhou destaque nos últimos anos e refere-se, justamente, à forma como organizações têm se posicionado para encantar o consumidor final, conquistando e fidelizando-o. Em um contexto em que a concorrência está ainda mais acirrada e a lucratividade comprometida pelo fechamento do comércio, fazer com o cliente admire a sua marca tornou-se ainda mais importante.

Neste cenário, a matéria de capa desta edição aborda o que as empresas do setor têm feito para atrair o cliente. Ampliar os canais de atendimento, marcar presença na internet e aproximar-se do consumidor foram algumas das estratégias adotadas. De acordo com os especialistas ouvidos, há várias maneiras de fazer com que o cliente escolha a sua loja, mas cabe à equipe estar alinhada na busca constante por este atendimento de excelência. À medida que o consumidor se torna mais exigente e atento ao comportamento das marcas, entender do negócio já não é suficiente, é preciso se diferenciar.

Na editoria Pneus e Frotas, o especialista em pneus Pércio Schneider comenta as causas de surgimento das carcaças de pneus, os famosos “jacarés”, nas estradas e rodovias. Segundo ele, é possível evitar tal situação adotando alguns cuidados. “É preciso fazer a calibragem correta e periodicamente, respeitar o limite de carga, não exceder a velocidade, manter os freios bem regulados e uma condução responsável e segura”, aconselha.

Na editoria Conexão, Alessandra Silva Freire de Mello, executiva de contas da G5 Smart Brasil, nova parceira do Sindipneus, falou sobre como a renegociação bancária pode aliviar o caixa das empresas neste momento de crise. Alessandra explica que um acordo equivocado feito junto aos bancos pode ser extremamente prejudicial ao negócio, ao ponto de levá-lo, inclusive, à falência, por isso a importância do auxílio de uma empresa especializada para fazer essa intermediação.

Mais adiante, os hábitos para tornar o home office mais produtivo, menos estressante e mais saudável foram abordados na editoria Viver Bem.

Desejamos que você tenha uma ótima leitura e aproveitamos para convidá-lo a participar da próxima edição, enviando a sua sugestão de pauta para o e-mail sindipneus@sindipneus.com.br, ou para o WhatsApp do Sindipneus (31 98873-8005).

Um abraço,
Equipe Sindipneus

rot

C4 SII

C II

C 115-25

C4 - 25

CS 115-25

GIZ ECOLÓGICO



GEBOR

IMPORTADOS



Conjunto
B&J Turbo



Engate e pino
com retenção



Fresas

CONHEÇA MAIS SOBRE A GEBOR
E NOSSOS PRODUTOS:

geborcomercial

Nosso compromisso é seguir
entregando **QUALIDADE, ÉTICA,**
PONTUALIDADE, CONFIANÇA
e **SUSTENTABILIDADE.**

☎ (31) 3328-6979 | 📞 (31) 97141-0054 | ☎ (27) 3398-9000 | 📞 (27) 99785-6813

🌐 gebor.com.br | gebor@gebor.com.br |

EXPEDIENTE

INFORMATIVO DO SINDIPNEUS - Sindicato das Empresas de Revenda e Prestação de Serviços de Reforma de Pneus e Similares do Estado de Minas Gerais

Diretoria Sindipneus

Presidente - Paulo César Pereira Bitarães

Vice-presidente: Carlos Augusto Magalhaes Guerra

1º secretário: Túlio Marcos Leal

2º secretário: Samuel Fonseca Filho

1º tesoureiro: Rogerio de Matos

2º tesoureiro: Renato Antônio da Silva

1º fiscal: Ricardo Ilídio de Moura

2º fiscal: Arilton da Silva Machado

3º fiscal: Henrique Korothe

1º suplente: Dênis de Oliveira

Conselho Fiscal: Genilton Machado

Conselho Fiscal Suplente: Julio César Gonçalves Lima

Analista de Projetos/Financeiros: Nilcéia Fonseca

REVISTA PNEUS & CIA. - ANO 14 - Nº 81 - maio/junho 2021

• **Editora e jornalista responsável** - Ana Flávia Tolentino Tornelli – Reg.: 17738/MG •

Revisão de texto - Gustavo Abreu • **Editoração** - Ana Flávia Tolentino Tornelli •

Ilustrações, arte e diagramação - Dum • **Impressão** - Atividade Editora Gráfica – (31) 3347-0915 • **Tiragem** - 8.000 exemplares

As opiniões expressas nos artigos assinados e os informes publicitários são de responsabilidade dos autores. É proibida a reprodução de textos e de ilustrações integrantes da edição impressa sem a prévia autorização da editora.

SINDIPNEUS - Rua Aimorés, 462 – Sala 108 – Funcionários - CEP 30140-904 – Belo Horizonte/MG - Tel (31) 3213-2909 • sindipneus@sindipneus.com.br – www.sindipneus.com.br



Reprodução facebook.com/AnipReciclanip



Seções

06 Serviços

Indústria Nacional de Pneumáticos coletou mais de 380 mil toneladas de pneus inservíveis em todo o Brasil

10 Conexão

Renegociações bancárias ajudam a proporcionar fôlego financeiro às empresas

12 Cenário

Sucesso do cliente: você sabe o que é e como isso pode fortalecer seu negócio?

14 Estratégia

Como entender a cultura organizacional da sua empresa?

18 Capa

Alternativas encontradas pelas empresas do setor para atrair e encantar o “consumidor final”

26 Pneus e Frotas

Borrachas nas estradas

28 Viver-Bem

Dicas para desenvolver hábitos saudáveis durante a quarentena

INDÚSTRIA NACIONAL DE PNEUMÁTICOS COLETOU MAIS DE 380 MIL TONELADAS DE PNEUS INSERVÍVEIS EM TODO O BRASIL

Reprodução facebook.com/AnipReciclanip



Operação de coleta e destinação teve investimento das fabricantes de pneus de 68,6 milhões de reais e atendeu 720 municípios em 2020

De janeiro a dezembro de 2020, a Reciclanip – entidade criada em parceria com as fabricantes de pneus da Associação Nacional da Indústria de Pneumáticos (ANIP) – coletou e destinou de forma ambientalmente correta mais de 380 mil toneladas de resíduo sólido em todo o país, quantia equivalente a 42,2 milhões de unidades de pneus de carros de passeio.

Apenas em 2020, a indústria nacional de pneus investiu mais de R\$ 68,6 milhões com o Programa de Logística Reversa de pneus inservíveis, que atendeu 720 municípios durante o ano. Os estados que tiveram maior volume coletado (em toneladas) foram São Paulo (81 mil), Minas Gerais (24,9 mil), Paraná (19,6 mil), Amazonas (19,5 mil) e Mato Grosso do Sul (17,2 mil).

“A Reciclanip é a única entidade do Brasil que coleta pneus inservíveis em todas as regiões do país de ponta a ponta, o que mostra a dimensão do nosso trabalho e a responsabilidade ambiental do setor com o país. Mesmo durante a pandemia, continuamos a operar de forma segura, atendendo o nosso objetivo de manter um país mais sustentável”, afirma Klaus Curt Müller, presidente executivo do Sistema ANIP/Reciclanip.

Conforme a Política Nacional de Resíduos Sólidos, os pontos de coleta são de responsabilidade dos comer-

ciantes e distribuidores. Devido à ausência deles no sistema de logística reversa, os pontos de coleta foram criados em parceria entre a Reciclanip e as prefeituras que cedem os terrenos, dentro de normas específicas de segurança e higiene, para receber os pneus inservíveis vindos de origens diversas. O responsável pelo ponto de coleta informa à Reciclanip, por meio de aplicativo, a necessidade de retirada do material quando é atingida a quantidade de 2.000 pneus de passeio ou 300 pneus de caminhões. A partir desse momento, a Reciclanip programa a retirada com os transportadores conveniados. Os consumidores podem se informar sobre onde levar

os pneus inservíveis, consultando a lista com todos os pontos de coleta, em: www.reciclanip.com.br.

“É muito importante que o consumidor tenha consciência e não leve pneus velhos para casa. Ao comprar um pneu novo, o indicado é deixar seu pneu inservível na loja, que tomará as providências necessárias para que o material chegue até um ponto de coleta”

“É muito importante que o consumidor tenha consciência e não leve pneus velhos para casa. Ao comprar um pneu novo, o indicado é deixar seu pneu inservível na loja, que tomará as providências necessárias para que o material chegue até um ponto de coleta. Os pneus inservíveis descartados de forma incorreta contribuem para o agravamento das condições ambientais e de saúde nas cidades, e, se queimados de forma errada, geram poluição atmosférica”, diz Curt.

Desde o início do programa, em 1999, já foram destinadas mais de 5,6 milhões de toneladas. E desde 2010, ano do primeiro relatório de logística reversa de pneus do

“É muito importante que o consumidor tenha consciência e não leve pneus velhos para casa. Ao comprar um pneu novo, o indicado é deixar seu pneu inservível na loja, que tomará as providências necessárias para que o material chegue até um ponto de coleta”

PRÓ-SUL
Prest. de Serviço

CONTATOS

✉ prosul@greco.com.br
pneus@greco.com.br

☎ (11) 3836-8375
📱 (11) 991-360-637

Treinamentos sobre pneus para todos os envolvidos na frota:

- Proprietários
- Dirigentes
- Administradores
- Motoristas
- Mecânicos
- Borracheiros, etc

CURSOS:

- ✓ A importância dos pneus - Aprendendo a Gerenciar
- ✓ Como escolher pneus e bandas
- ✓ Consertos: tipos e sua aplicação
- ✓ Desgastes e problemas com pneus - Causas e soluções
- ✓ Controladores de pneus
- ✓ Software para controle de pneus, combustíveis, lubrificantes e ARLA-32

A Solar Akio é uma empresa brasileira especializada exclusivamente no desenvolvimento de energia solar fotovoltaica.

FUNDADA EM 2018, A EMPRESA JÁ COM MAIS DE 100 USINAS EM FUNCIONAMENTO.

REDUZA ATÉ 95% NA SUA CONTA DE ENERGIA!



31-98626-8047
31-98427-4357
www.solarakio.com.br



Reprodução facebook.com/AnipReciclanip



IBAMA, a Reciclanip vem ultrapassando sua meta de recolhimento em mais de 100%, tendo superado a meta deste período em 112,9 milhões de quilos.

O Brasil registra um passivo ambiental de 332 milhões

de quilos de pneus inservíveis cuja responsabilidade é dos importadores, que não atingem a meta em sua totalidade.

A ECONOMIA CIRCULAR E O CICLO DO PNEU

A economia circular é um sistema que busca o uso mais eficiente dos recursos naturais ampliando a competitividade da indústria ao substituir o conceito de “fim de vida” de um produto por um modelo regenerativo, que abre novas possibilidades de reutilização, reciclagem e recuperação da produção mantendo seus níveis de utilidade e valor ao longo do tempo. Além disso, a economia circular estimula novas maneiras sustentáveis de exploração dos recursos e o processamento e a produção de bens e serviços.

Na Reciclanip, o ciclo de vida de um pneu se insere nesse modelo. Após a coleta, que acontece em pontos indicados pelas prefeituras de mais de mil municípios, os pneus inservíveis são destinados às empresas trituradoras. Nelas ganham a possibilidade de serem reutilizados com diversos benefícios para a sociedade, com aproveitamento para indústria cimenteira e a produção de artefatos de borracha, como tapetes para automóveis, pisos industriais e de quadras poliesportivas. Além disso, também são utilizados na fabricação de percintas (indústrias moveleiras), solas de calçados, dutos de águas pluviais e na siderurgia. Todas estas destinações são aprovadas pelo IBAMA como ambientalmente adequadas.

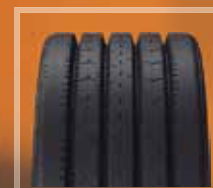
Fonte: ANIP



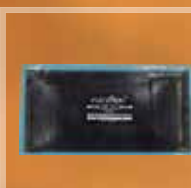
- ✓ DESTINAÇÃO ADEQUADA DE PNEUS INSERVÍVEIS
- ✓ COMPRA DE PÓ DE RASPA DE PNEUS
- ✓ VENDAS DIRETAS DE BORRACHINHAS PARA QUADRAS SINTÉTICAS



MARTINHO DE OLIVEIRA | E-MAIL: MECINSUMODEBORRACHA@GMAIL.COM | (37) 98405-7248



Bandas



Manchões



Perfil



Ligação



Cola



Primer e Selante

vulcaflex®

EM TODOS OS SEUS CAMINHOS

Atendimento técnico e produtos diferenciados para a **reforma e recuperação de pneus das linhas leve, pesada e extra-pesada**. Atendemos a **todo o Brasil** e ainda exportamos para **mais de 30 países**.

Levamos qualidade e tecnologia capazes de **agregar valor** ao trabalho do reformador de pneus, do caminhoneiro, prestadores de serviço, frotistas e todos os profissionais que fazem girar a cadeia de suporte do transporte rodoviário.



Utilize um app de leitura de QR CODE para acesso ao nosso catálogo, ou acesse:
vulcaflex.com.br

(34) **3233 5200**

RENEGOCIAÇÕES BANCÁRIAS AJUDAM A PROPORCIONAR FÔLEGO FINANCEIRO ÀS EMPRESAS

Parceria firmada entre o Sindipneus e a G5 Smart visa beneficiar empresários do setor de pneus a partir da negociação das dívidas com os bancos

A pandemia trouxe à tona a importância de as empresas reduzirem as despesas e manterem uma reserva de caixa. Neste contexto, em que a austeridade tem sido a premissa do universo corporativo, serviços que têm como finalidade rever e reduzir os custos das empresas se tornam ainda mais relevantes. Entre eles, a renegociação de dívidas bancárias, umas das soluções ofertadas pela G5 Smart, a nova parceira do Sindipneus.

Para entender de que forma a iniciativa pode beneficiar reformadores e revendas, a Pneus & Cia. ouviu a executiva de contas da Companhia, Alessandra Silva Freire de Mello, que destacou a importância do auxílio de uma assessoria especializada nas renegociações, já que um acordo equivocado feito junto aos bancos, segundo Alessandra, pode ser extremamente prejudicial ao negócio, ao ponto de levá-lo, inclusive, à falência. “Uma boa renegociação é capaz de gerar carências, descontos e contrato novo com taxas e juros muito mais baixos”, explicou.

Confira a entrevista!

Conte-nos um pouco mais sobre a trajetória da empresa e os serviços oferecidos.

A G5 Smart nasce de uma demanda do mercado. Como negociar dívidas bancárias sem a via judicial e manter o relacionamento entre cliente e banco? Para suprir essa lacuna, desenvolvemos uma metodologia própria e inovadora para entregar soluções aos empresários quando o assunto é dívida bancária: criamos a Plataforma Auditoria Bancária. No seu corpo diretivo, a G5 Smart conta com advogados especializados em direito bancário e com mais de 15 anos de mercado, bem como colaboradores com larga experiência em soluções corporativas. Dessa forma, a G5 SMART atua predominantemente com soluções administrativas para o endividamento bancário. Atuamos, ainda, com outros serviços. A Plataforma Green

contribui para redução da conta de luz por meio da implantação de placas solares. Já na Plataforma Tax, atuamos com a renegociação de dívidas tributárias inscritas em PGFN. A conciliação de máquinas de cartão, onde buscamos valores não recebidos pelos clientes, está na Plataforma Company. As soluções que envolvem judiciário, como defesas em ações, autos de infração, entre outras demandas, são realizadas na Plataforma Jud.

Quais os maiores desafios dos empresários brasileiros hoje?

Sabemos que o empresário toca seu negócio lutando todos os dias em torno de um tripé: impostos, bancos e fornecedores. O grande desafio das empresas, ainda mais em tempos de crise, é reunir condições econômicas para manutenção dos pagamentos desse tripé. Qual despesa pagar? Impostos? Bancos? Fornecedores? Nem sempre sobra dinheiro para tudo.

Como as empresas podem evitar o superendividamento, especialmente em tempos de recessão, como o que vivemos?

Se pudéssemos resumir em uma única palavra, seria “planejamento”. A contratação de uma assessoria especializada, pode ser crucial para manutenção das empresas em épocas como as que o Brasil e o mundo enfrentam. Uma negociação equivocada junto aos bancos pode levar o empresário a fechar seu negócio. Já vimos muitos casos como esses.

De que forma a renegociação de dívidas bancárias pode beneficiar empresas do setor de pneus?

A renegociação de dívida bancária beneficia o empresário em muitos aspectos.

Primeiramente porque dentro da nossa Plataforma chamada de ARP (Auditoria / Renegociação / Parcelamento) realmente obtemos resultados satisfatórios para nossos clientes.

Arquivo pessoal

"A contratação de uma assessoria especializada pode ser crucial para manutenção das empresas em épocas como as que o Brasil e o mundo enfrentam."



A executiva de contas da G5 Smart Brasil, Alessandra Silva Freire de Mello

Uma boa renegociação é capaz de gerar carências, descontos e contrato novo com taxas e juros mais baixos. Imaginem reduzir uma parcela de R\$5.000 para R\$2.500? Além do mais, obter uma carência de seis meses com uma prestação de R\$500,00. Repactuar a taxa que era de 1.70% a.m para 0.85% a.m. Esse é nosso jeito Smart de fazer negócios. É assim que ajudamos nossos clientes a enfrentar uma crise sem precedentes. E tudo isso de forma administrativa, sem necessidade mover ações judiciais.

Além da renegociação, há outras alternativas para as empresas conquistarem fôlego financeiro?

Na nossa metodologia de trabalho, uma das coisas que pre-

samos é a manutenção do relacionamento entre o cliente e o banco. Não é razoável obter desconto de uma dívida, através de uma ação revisional por exemplo, e impossibilitar que o empresário não tenha mais acesso a crédito. Sabemos que os efeitos da pandemia ainda estarão presentes nos próximos cinco anos. Isso significa que o empresário poderá ter que buscar crédito.

Nas renegociações que realizamos, é possível ainda a obtenção de novo crédito para aumentar o fluxo de caixa do empresário. Além do mais, com a nova repactuação, o empresário poderá realizar com mais tranquilidade um aporte para seu negócio. Mas atenção na hora de contratar com o banco para não cair numa furada.

Qual a importância de se contar com uma empresa especializada em gerir dívidas bancárias no momento da renegociação?

Esse é o ponto chave do sucesso. Uma renegociação equivocada pode gerar prejuízos grandes ao empresário. Os bancos se utilizam de subterfúgios para manter o cliente sempre devendo. Esse é o negócio do banco. Chegam a orientar empresários a pegar recursos na conta pessoal para colocar dentro da empresa, e isso não pode.

A G5 Smart sabe como fazer para obter uma excelente renegociação para os clientes quando o assunto é dívida bancária.

Há condições especiais para associados Sindipneus?

Essa parceria será muito boa. Estamos engajados com o empresário brasileiro nesse momento de crise. Nossa proposta será conceder descontos e parcelamento diferenciando no pagamento dos nossos honorários, que, diga-se de passagem, somente é cobrado após o resultado do nosso trabalho, que via de regra é concluído em 90 dias.

Como contratar os serviços?

Esse procedimento é bem simples. O cliente envia o contrato bancário que gerou a dívida para um de nossos afiliados no estado de MG. Em até 72h, emitimos um parecer de viabilidade com proposta de honorários. É tudo muito rápido e descomplicado.

Nossa equipe dá todo o suporte ao empresário, inclusive na obtenção do contrato caso ele não o tenha em mãos.

Mais informações no site (www.g5smart.com.br) e no instagram (@g5smartbrasil).



SUCESSO DO CLIENTE: VOCÊ SABE O QUE É E COMO ISSO PODE FORTALECER SEU NEGÓCIO?

Em inglês, a sigla é CS, de Customer Success, mas esse jogo de palavras é simples de entender. Vamos falar sobre isso, um tema fundamental para a sobrevivência de qualquer empresa, independentemente do porte.

“Existe apenas uma finalidade comercial válida: criar um cliente.” Essa frase, atribuída a Peter Drucker, está no livro *Mapeando Experiências*, de Jim Kalbach. Criar um cliente é uma missão complicada e existem algumas regras que precisam ser observadas. Isso faz

toda a diferença em um mundo transformado e digitalizado como o nosso.

Para conseguir dinheiro, tempo e atenção do seu cliente, é preciso fazer com que ele perceba que há um benefício valioso ao fechar um negócio com a sua marca. Ele precisa perceber também que não será abandonado depois. Para Kalbach, as experiências são pessoais e subjetivas e não é possível padronizar ou falar uma linguagem única com todos. Precisamos sempre aten-

der a uma necessidade específica. E as marcas, até hoje, relutam em acreditar nisso. Resolva a vida do seu cliente. E depois que ele comprar seu produto ou serviço, pergunte a ele o que achou.

"As empresas precisam ser acessíveis. Complete todas as informações do Google Meu Negócio. O cliente está com os dados da sua marca na palma da mão e pode escolher entre telefonar para a loja, traçar uma rota até a loja ou visitar o site"

depois que ele comprou seu produto ou serviço. Faça com que ele consuma aquilo que comprou de você. Conseguir isso é realizar o desejo do cliente e, consequentemente, o sucesso dele.

“Senhor, eu entendo, mas infelizmente esse não é o meu setor e não posso fazer nada para ajudar.” Quem já se deparou com uma frase como essa? Ouvi isso da mesma pessoa que um dia antes era simpática ao telefone enquanto fechava meu contrato com uma marca de produtos digitais. A departamentalização da jornada do cliente oferece apenas uma coisa: desistência em seguir. O cliente, assim que possível, caminhará rumo a outra marca e irá abandonar a difícil jornada de comprar um produto ou serviço. Os meus serviços são mais lembrados que os serviços feitos com qualidade. Portanto, a impressão negativa é mais perigosa para as marcas e para a manutenção dos clientes.

OS PONTOS DE CONTATO MUDARAM

O Momento Zero da Verdade ou ZMOT em inglês foi um termo que o Google trouxe para contrapor o Primeiro Momento da Verdade ou FMOT em inglês. Mas o que isso quer dizer? O FMOT parte do princípio que existem três principais pontos de contato nas situações comerciais. Inicialmente, o cliente recebe o estímulo e fica ciente de determinado produto ou serviço. Depois, vem o Primeiro Momento da Verdade: instante em que o consumidor decide comprar um produto ou serviço. Por último, acontece o Segundo Momento da Verdade ou a experiência com o produto. Resumindo: o estímulo leva à compra, que termina em uma experiência.

No entanto, cada vez mais, os clientes decidem considerar as avaliações de outros clientes, antes de realizar uma compra. Fazem isso visitando sites, lendo os comentários das marcas nas redes sociais ou pesquisando o perfil da empresa no LinkedIn. Agora surge o "Z" — ou Momento Zero da Verdade. As informações nesta hora devem ser significativas e valiosas e todos os pontos de contato precisam estar prontos para receber o olhar e a crítica do futuro cliente. Portanto, tenha sempre um cliente satisfeito por perto, mesmo

O QUE OS CLIENTES OBSERVAM ANTES DE COMPRAR OU ADQUIRIR UM SERVIÇO?

As empresas precisam ser acessíveis. Complete todas as informações do Google Meu Negócio. O cliente está com os dados da sua marca na palma da mão e pode escolher entre telefonar para a loja, traçar uma rota até a loja ou visitar o site.

Torne os acessos simples. Botão para acessar o WhatsApp, telefone bem posicionado, fácil de ler e clicar, além do endereço integrado ao Google Maps. Quanto menores as barreiras, mais fácil se torna o início da conversa e negociação.

Permita que o cliente contribua e participe. Sua marca permite que o cliente customize o pedido de alguma forma? Ele gosta de se sentir especial e isso vai contribuir para que ele se sinta assim. Durante o contato com o cliente, escreva em um papel quantas vezes você disse a palavra “não”. Isso é um problema.

Os consumidores passivos estão em extinção. Além disso, eles estão conectados com outros clientes em uma poderosa rede de relacionamento. Por isso, as marcas precisam ouvir e observar as interações dos clientes no âmbito digital. O papel da escuta é primordial.

Escute o cliente, faça ele se sentir especial. Não o abandone após a compra. Seguindo esses três conselhos básicos, você entrará em uma espiral positiva e novos clientes vão chegar, cada vez mais. O sucesso do cliente é também o seu sucesso.

Pense nisso!

Alysson Lisboa

jornalista, mestre em comunicação e diretor da ETC Digital, empresa de assessoria, consultoria e planejamento em marketing digital. E-mail: alysson@etcdigital.etc.br

COMO ENTENDER A CULTURA ORGANIZACIONAL DA SUA EMPRESA?



Talvez você não conheça o real sentido do termo cultura organizacional, mas, seguramente, é capaz de reconhecê-lo. Na prática, você respira cultura organizacional o tempo todo.

É provável que você consiga reconhecê-lo pelo lado negativo, por meio de suas amargas experiências no ambiente de trabalho ou, ainda, pelo lado positivo, decorrente de uma carreira profissional de sucesso proporcionada pelo seu espírito empreendedor na organização.

Todas as empresas, independentemente do tamanho, do segmento em que atuam e dos bens ou serviços que produzem, possuem uma espécie de cultura organizacional, formalmente instituída ou não.

De acordo com Stephen Robbins, autor especialista em

comportamento organizacional, as empresas são bem mais do que isso. Elas possuem personalidade própria e podem ser rígidas ou flexíveis, apoiadoras ou hostis, inovadoras ou conservadoras, de cultura fraca ou cultura forte.

Portanto, segundo Robbins, cultura organizacional é um sistema de valores compartilhados pelos seus membros, em todos os níveis; é o que diferencia uma organização das demais.

Em última análise, trata-se de um conjunto de características-chave que uma organização valoriza, compartilha e utiliza para atingir seus objetivos e se manter perene.

Mr. Robbins identificou sete características básicas que, em conjunto, capturam a essência da cultura de uma organização:

Inovação e assunção de riscos: o grau em que os funcionários são estimulados a inovar e assumir riscos.

Atenção aos detalhes: o grau em que se espera que os funcionários demonstrem precisão, análise e atenção aos detalhes.

Orientação para os resultados: o grau em que os dirigentes focam mais os resultados do que as técnicas e os processos empregados para seu alcance.

Orientação para as pessoas: o grau em que as decisões dos dirigentes levam em consideração o efeito dos resultados sobre as pessoas dentro da organização.

Orientação para as equipes: o grau em que as atividades de trabalho são mais organizadas em termos de equipes do que de indivíduos.

Agressividade: o grau em que as pessoas são competitivas e agressivas em vez de dóceis e acomodadas.

Estabilidade: o grau em que as atividades organizacionais enfatizam a manutenção do status quo em contraste com o crescimento.

COMPONENTES DA CULTURA ORGANIZACIONAL

Para os pesquisadores José Salibi Neto e Sandro Magaldi, autores do livro *O novo código da Cultura*, o resultado de uma empresa é consequência de como ela articula o seu modelo de negócios (e estratégia), liderança (e gestão de pessoas) e cultura com as características do ambiente.

Segundo Salibi e Magaldi, o êxito de uma organização depende desses três elementos, adaptando-os ao ambiente interno. Quanto mais eles estiverem integrados e adaptados ao meio, maior a tendência de êxito. Quanto menos isso ocorrer, maior é a tendência para o fracasso.

O legendário professor do MIT Edgar Schein, uma das principais referências sobre o tema, propôs um modelo que ajuda a melhorar o entendimento sobre esse assunto. De acordo com ele, a cultura de uma organização é semelhante a um iceberg e se compõe, basicamente, de três níveis:

Artefatos: o nível mais visível na organização, ou seja, a forma como as suas instalações estão organizadas (escritórios,

“Quando os valores essenciais estão equivocados e não alinhados com os valores adotados pela maioria dos colaboradores, menor o grau de comprometimento das equipes e maior a probabilidade de a empresa desaparecer do mapa em uma ou duas gerações”

pontos de vendas e espaços físicos); seus rituais formais e informais (o modo como seus colaboradores se vestem, o formato das reuniões etc.); o modo como expressa sua visão, sua missão, seus valores e assim por diante.

Normas e Valores: são as regras escritas e não escritas

que fazem com que os membros de uma companhia saibam o que é esperado deles e o que não é tolerado naquele contexto.

Crenças e Pressupostos: é o coração do sistema, sua essência, aquilo que move a empresa; são elementos raras vezes articulados de maneira explícita, pois estão além do nível de consciência; apresentam-se em forma de tabus e, portanto, como regras veladas que existem sem o conhecimento consciente de seus colaboradores.

Com base nesse conjunto de características, crenças e pressupostos, pode-se dizer que a cultura organizacional é representada pela forma como as pessoas em geral e os colaboradores percebem as características da cultura da empresa.

Em síntese, é o jeito como as empresas fazem as coisas acontecerem dentro do seu ambiente, mesmo sofrendo as intervenções que o mercado, o governo, os fornecedores e os próprios clientes promovem no seu negócio.

Na prática, para entender um pouco mais sobre a cultura organizacional da empresa, é necessário observar como os elementos se expressam no ambiente e ficar atento à maneira como as coisas se manifestam, como, por exemplo:

A forma como a empresa gerencia seus negócios; A natureza e as particularidades do tratamento com os stakeholders (elementos envolvidos no negócio: acionistas, clientes, funcionários, fornecedores, sociedade em geral);

O grau de lealdade existente entre seus colaboradores; As normas, formais e informais, que orientam o comportamento de todos os componentes da organização.

Assim, não importa muito se os colaboradores gostam ou não. Na maioria das empresas, as pessoas não gostam ou, em geral, não se adaptam a ela, mas se submetem por uma questão de necessidade e de sobrevivência, razão pela

qual o ambiente de trabalho está em permanente estado de pressão e mudança.

POR QUE É IMPORTANTE ENTENDER A CULTURA ORGANIZACIONAL?

Aceitar a sua existência, compreender os seus meandros, entender como ela é criada, sustentada e aprendida pode melhorar bastante a sua capacidade de sobrevivência na empresa, além de ajudá-lo a explicar e a prever o comportamento dos colegas no trabalho.

Vejamos o caso da gigante AB-Inbev, difundido amplamente nos meios de comunicação com o nome de “Os 10 Princípios de Gestão da AB-Inbev”. Ninguém chega ao topo ou ao patamar em que a empresa chegou sem adotar valores sólidos e duradouros, embora seja necessário repensar esses valores com o tempo.

Uma das principais estratégias da corporação foi disseminar e fortalecer o sistema de crenças (modelos mentais positivos) desde que foi criada e explicitar de forma clara seus princípios organizacionais, a saber:

- *Trabalhar juntos, unindo as pessoas por um mundo melhor.*
- *Pessoas excelentes, com liberdade para crescer.*
- *Contratamos pessoas melhores do que nós mesmos.*
- *Nunca estamos completamente satisfeitos com os resultados.*
- *O consumidor é o patrão.*
- *Somos uma companhia de donos que assumem resultados pessoalmente.*
- *Acreditamos no bom senso e na simplicidade.*
- *Gerenciar custos rigorosamente.*
- *Liderança pelo exemplo pessoal é o melhor guia para a nossa cultura.*
- *Nunca pegamos atalhos.*

Algumas pessoas discordam e consideram a cultura da AB-Inbev bastante agressiva, e até mesmo nociva para os empregados, considerando que a empresa possui um conjunto de objetivos e metas arrojado.

Contudo, nenhuma empresa atinge o topo no ranking mundial da cerveja sem uma cultura forte no seu ambiente, a qual consegue ser absorvida com clareza desde o mais simples auxiliar de produção até o CEO da corporação.

A declaração de princípios de uma organização, independentemente do seu tamanho, é um dos artefatos mais poderosos de uma empresa. Em um processo de transformação cultural, deve ser constantemente revisada, amplamente analisada e estrategicamente formulada de maneira que reflita a cultura desejada para o negócio.

Se a empresa onde você trabalha possui valores essenciais bem definidos e amplamente compartilhados, maior o impacto positivo das lideranças sobre o comportamento dos funcionários e, portanto, menor a rotatividade. Isso é o que se pode chamar de cultura organizacional forte.

Por outro lado, quando os valores essenciais estão equivocados e não alinhados com os valores adotados pela maioria dos colaboradores, menor o grau de comprometimento das equipes e maior a probabilidade de a empresa desaparecer do mapa em uma ou duas gerações. Isso é o que se pode chamar de cultura organizacional fraca.

A questão da escolha e da permanência em qualquer uma delas depende exclusivamente de cada pessoa. De minha parte, penso que nunca devemos trabalhar para uma empresa dotada de valores fracos ou que não condizem com os nossos valores pessoais, nem para padrões espiritualmente fracos.

Essa escolha será decisiva para atingir ou reduzir aquele tão sonhado grau de satisfação que você almeja no trabalho.

É simples assim!



Jerônimo Mendes
Consultor e palestrante
www.jeronimomendes.com.br

80 ANOS DE CONFIANÇA EM REPARAÇÃO DE PNEUS



O kit de conserto ideal para sua empresa.

É pegar e usar!



A **Tech do Brasil** disponibiliza a melhor qualidade do mundo em reparos permanentes para pneus de todas as medidas!

A confiança reconhecida pelos técnicos desde 1939 continua até hoje como legado de inovação, oferecendo uma linha completa de Kits de ferramentas para escareação e reparação, com garantia de máxima durabilidade e desempenho. Comprove a solução prática, completa e econômica, que as principais empresas do setor mais confiam. Confie na TECH!

AS ALTERNATIVAS ENCONTRADAS PELAS EMPRESAS DO SETOR PARA ATRAIR E ENCANTAR O “CONSUMIDOR FINAL”

INVESTIR EM TECNOLOGIA, MARCAR PRESENÇA NA INTERNET E SE APROXIMAR AINDA MAIS DOS CLIENTES SÃO ALGUMAS DAS ALTERNATIVAS ENCONTRADAS PELAS EMPRESAS DO SETOR DE PNEUMÁTICOS PARA NÃO PERDER ESPAÇO NO MERCADO

Que a pandemia representou, e ainda representa, efeitos negativos para todo o mundo não é nenhuma novidade. Mas, se por um lado, muitas empresas, independentemente do segmento, amargaram fortes prejuízos, por outro, foram obrigadas a reinventar processos e procedimentos, a fim de oferecer aos clientes uma experiência de compra incrível e relevante, o que deve representar um legado permanente para o mercado. A experiência do cliente, ou customer experience (CX), ganhou ainda mais evidência com a pandemia e, para garantir a satisfação dos consumidores em um cenário em que a atenção do cliente é disputada pelos concorrentes, diversas empresas perceberam a importância de investir em tecnologia e na contratação de profissionais especializados em melhorar a percepção do cliente final, agregando valor à compra e, consequentemente, à marca.

Estudos indicam que, diante da acelerada digitalização provocada pela pandemia, as empresas mais bem-sucedidas são aquelas que já investiam na experiência do cliente antes mesmo da recessão. De acordo com pesquisa feita pela Track.co, startup que monitora e gerencia indicadores de experiência de clientes em tempo real, e divulgada no dia 06 de abril no Portal IstoÉ, 32% das empresas entrevistadas, de diferentes setores, ainda não têm nenhum plano de ação para os feedbacks dos clientes, ou seja, sequer começaram a investir em experiência do cliente. No entanto, o levantamento aponta que 70,6% das companhias pretendem implementar o setor de CX em seus negócios, ou contratar ao menos uma ferramenta que cumpra essa função. “A cultura de querer saber a opinião do consumidor, de colocá-lo no centro do negócio, entendendo que ele não busca mais apenas um produto e sim uma experiência, é crescente no universo corporativo e fundamental para entender o quanto os seus clientes estão satisfeitos com a marca”, disse Tomás Duarte, CEO da Track.

Para Alysso Lisboa, jornalista, professor no Instituto de Educação Continuada (IEC) da PUC Minas e consultor de negócios digitais, a experiência do cliente nada mais é que tornar a marca presente na memória do consumidor. Todavia, apesar de parecer algo simples, investir neste processo ainda é desafiador para pequenos e médios empreendimentos, que precisam, agora, conhecer os consumidores com um nível avançado de detalhamento. “As empresas que investem em customer experience escalam seus negócios de forma acelerada, porque colocam o cliente no centro de todos os

“É preciso oferecer uma experiência positiva dentro de sua loja física ou na venda online. Fazer o cliente se sentir exclusivo e oferecer opções e alternativas que o façam perceber que é único e importante para o seu negócio”

processos, sabem quem eles são, possuem dados, informações e priorizam a experiência do cliente durante todas as fases de uma venda.”

Em entrevista ao site Pequenas Empresas Grandes Negócios, Marcell Rosa,

gerente sênior para PMEs da Zendesk na América Latina, afirmou que a pandemia provocou uma acelerada digitalização em praticamente todos os setores do mercado, e que essa transformação pode representar uma ótima oportunidade para as pequenas e médias empresas. “Agora, as empresas de menor porte ou que sejam ‘nativas digitais’ podem encurtar a distância em relação aos grandes líderes dos mercados em que atuam.”

Para ele, organizações devem abrir canais de mensagens nas mídias sociais e introduzir pelo menos um novo aplicativo ou integração à sua plataforma de suporte ao cliente a cada seis meses. “O sucesso dos negócios passa pela capacidade de oferecer uma excelente experiência digital aos seus clientes, alinhada aos novos perfis de comportamento e expectativas”, diz Marcell Rosa. “As empresas precisam entender o conceito de customer experience e encontrar no centro de suas estratégias de negócios todas as possibilidades de melhoria na relação entre clientes e marcas.”

INICIATIVAS DAS FABRICANTES

Atentas a este movimento, as fabricantes de pneus ampliaram seus investimentos em tecnologia a fim de tornar a experiência do consumidor ainda mais satisfatória. A Goodyear lançou, em fevereiro, seu canal de e-commerce no mercado brasileiro. Além de adicionar uma nova opção de compra para os clientes, a fabricante amplia e fortalece o serviço aos seus consumidores. “Acompanhamos de perto a digitalização de todos os setores, com expansão do e-commerce no Brasil, principalmente no contexto atual em que todos os setores aceleraram a adesão ao comércio eletrônico para gerar mais uma opção de compra para os consumidores. Estamos preparados para esse movimento aqui no Brasil”, explica Antonio Roncolati, diretor da Unidade de Pneus de Passeio da Goodyear.

Buscando oferecer novas formas de aquisição de pneus, a Pirelli lançou o Programa “Pirelli Garagem”, cujo objetivo é entregar novas possibilidades de serviços que visam aperfeiçoar o atendimento, de maneira dinâmica, personalizada

e segura. “Através do Pirelli Garagem, o cliente pode adquirir pneus em toda a Rede Oficial Pirelli. Isso, inclusive, de maneira online, com agendamento de serviços remotos e priorizando o pagamento sem contato físico”, explica Mariano Perez, diretor de marketing da Pirelli para a América Latina. Segundo ele, o atendimento agendado pode ocorrer de duas formas: presencialmente, cumprindo todos os protocolos de higiene e segurança, ou a distância, através de um pedido de atendimento com caminhão plataforma, que levará e depois entregará o carro em horário pré-determinado. “Ações como a criação do Pirelli Garagem funcionam muito bem no sentido de aprimorar a experiência do cliente, ainda mais em tempos de pandemia”, completou Perez.

Para dar suporte às vendas, tornando a experiência de compra dos clientes ainda mais satisfatória, a Pirelli, que mantém investimentos constantes em programas de capacitação de todos os funcionários da rede oficial de revendedores, compreende a importância de um bom atendimento. “Queremos que os funcionários possam atender os clientes da maneira mais segura e objetiva possível. O funcionário só estará apto a atender os consumidores, a partir do momento que tiver completado nosso treinamento interno”, completou.

A Dunlop Pneus também aderiu ao e-commerce e lançou a plataforma de compras em março deste ano. A página oferece diversas funcionalidades, fácil navegação, campo de busca otimizado, ambiente seguro, conteúdo exclusivo para os clientes, além de dicas de manutenção e informações úteis sobre as tecnologias desenvolvidas pela empresa para a fabricação dos produtos. Ao acessar o site, o usuário coloca seu CEP e, automaticamente, a página carrega os produtos disponíveis e os preços do distribuidor que atende a região. É possível filtrar os produtos disponíveis pela categoria (automóveis, SUVs e pick-ups e caminhões e ônibus), pelas medidas e, para o público de veículos pesados, é possível escolher ainda pelo tipo de aplicação: misto, regional, rodoviário ou urbano.

O cliente pode optar por receber em casa ou por retirar os pneus na loja mais próxima, caso exista uma cadastrada de acordo com o CEP informado, oferecendo uma experiência completa de acordo com a necessidade de cada um. “O atual momento da sociedade requer inovação por parte das empresas e na Dunlop isso não foi diferente. O

“As empresas precisam entender o conceito de customer experience e encontrar no centro de suas estratégias de negócios todas as possibilidades de melhoria na relação entre clientes e marcas”

novo e-commerce da marca foi desenvolvido em uma plataforma totalmente voltada a oferecer a melhor experiência de compra para o consumidor, e possibilitará que nossos produtos cheguem em qualquer lugar do país através de nossos distribuidores exclusivos. Além

disso, unimos a praticidade da compra online com a possibilidade de entrega ou retirada em lojas oficiais da região de acordo com a disponibilidade, trazendo uma experiência ainda mais completa para o motorista através da integração dos canais de venda”, diz Rodrigo Alonso, Gerente Sênior de Vendas e Marketing da Sumitomo Rubber do Brasil.

O lançamento do e-commerce da Dunlop faz parte de um pacote de novidades da empresa para marcar os 10 anos de atuação no Brasil, comemorados em 2021. Além da nova página, há também a ampliação da rede de containers para venda de pneus para veículos pesados em pontos estratégicos das rodovias brasileiras.

E nem toda boa experiência precisa, necessariamente, estar atrelada à tecnologia. Para Júlio Lima, diretor da Pneus Nacional, revenda GoodYear em Belo Horizonte, uma outra iniciativa da fabricante, cuja finalidade é manter a segurança dos colaboradores e clientes, contribuiu para manter o volume de vendas neste período atípico. “Por meio da campanha ‘zero contato’ fomos orientados a implementar um novo modelo de atendimento. Entre outras medidas, passamos a higienizar as áreas de contato dos veículos, como maçanetas, volantes, câmbio e freio de mão, duas vezes: antes da execução dos serviços e depois. Parece óbvio, mas colocar em prática todas as orientações fez com que os clientes se sentissem mais seguros e confortáveis para frequentar as nossas lojas e, consequentemente, evitou que registrássemos prejuízos maiores”, explica.

A IMPORTÂNCIA DA PRESENÇA ONLINE

Para Alysson Lisboa, especialmente em tempos de quarentena, quando parte do comércio físico se encontra fechado em muitas cidades brasileiras, destacam-se as empresas que, além de concentrar seus esforços na melhor experiência do consumidor, ampliam investimentos em tecnologia, apostando, por exemplo, nas vendas on-line, que desde o início da pandemia estão registrando crescimento exponencial em todo o mundo.

Segundo o especialista, alguns fatores impedem o cresci-

Você vai mais longe com tecnologia.

Nossas bandas são fabricadas com matéria-prima de alta qualidade, que permite perfeita moldagem e aderência aos pneus, proporcionando alto rendimento, desempenho e resistência.

LANÇAMENTOS >>>>>



GP400



GZH

OUTRAS BANDAS >>>>>



GE2



GLL



GR



GT2



GY

www.gallupneus.com.br

FÁBRICA 01

Rua Félix Conceição, S/N
Jardim Santo Antônio
Taquaritinga - SP
CEP: 15906-502

(16) 3252-2719 / 3253-2475
contato@gallupneus.com.br

FÁBRICA 02

Rodovia SP 333 Km 146 Nº 1039
Distrito Industrial
Taquaritinga - SP
CEP: 15900-000

(16) 99767-6313 / 99706-5683
gallupneus@gallupneus.com.br



mento do e-commerce no mercado de pneus, que possui as suas especificidades, mas nada que represente um verdadeiro obstáculo para quem busca ser criativo nos negócios. “A própria inviabilidade de instalação torna o e-commerce neste segmento menos comum, mas este não precisa ser um impeditivo. É possível, por exemplo, fazer parcerias com outras lojas para que a instalação seja feita na cidade do comprador e, dessa forma, todos ganham.”

A Covid-19, na visão de Alysson e outros especialistas, escancarou algumas mudanças no comportamento dos consumidores que, embora estivessem no radar do mercado, foram aceleradas. E tudo indica que se trata de um caminho sem volta. “Mais do que nunca, as marcas de sucesso precisam estar atentas às novas expectativas dos clientes. Precisamos olhar para a real necessidade dos consumidores, gerando conforto, praticidade e um atendimento impecável.”

Algumas dicas, de acordo com Lisboa, são fundamentais para garantir a satisfação do consumidor final: “É preciso oferecer uma experiência positiva dentro de sua loja física ou na venda online. Fazer o cliente se sentir exclusivo e oferecer opções e alternativas que o façam perceber que é único e importante para o seu negócio”. Ser cordial, segundo o professor, também é importante para atrair novos clientes e fidelizar os antigos. “Resolva o problema e evite ao máximo dizer a palavra ‘não’. Além disso, jamais deixe-o esperando por respostas, seja nas redes sociais, seja na loja física. Por fim, ouça o que o comprador tem a dizer sobre o seu negócio com atenção. As empresas que não se preocuparem com a real satisfação do consumidor final, em um ambiente onde a concorrência é cada dia mais acirrada, estarão fadadas ao sumiço”, acrescenta.

Alysson ressalta que, para garantir um atendimento de qualidade, é preciso que toda a equipe se envolva no processo de encantamento do cliente. “O sucesso do cliente depende do comprometimento de toda a equipe. O time todo precisa estar envolvido e disposto a fazer o melhor, oferecendo soluções personalizadas e um atendimento realmente diferenciado.”

Para Henrique Korothe, Diretor para novos negócios da Minas Pneus, revenda Bridgestone com lojas em Minas Gerais e na Bahia, um relacionamento ainda mais próximo com

o cliente foi fundamental para driblar a crise. “Ampliamos nossos canais de atendimento e passamos a ouvir ainda mais o nosso cliente. Criamos um ambiente seguro também para quem opta por estar presente nas lojas físicas, reforçando a higienização, disponibilizando álcool em gel e instalando painéis de acrílico nos balcões de atendimento.” O diretor conta que, mesmo em um cenário de recessão, foi possível inaugurar mais uma loja, desta vez em Feira de Santana, na Bahia. “É preciso, mais do que nunca, estar atento às necessidades e desejos de cada cliente.”

INICIATIVAS DO SETOR DE REFORMA

Para potencializar as vendas das reformadoras em um cenário atípico, a Vipal Borrachas promoveu, ao longo dos últimos meses, lives para demonstrar como a utilização eficiente da plataforma Smart Seller, lançada antes da pandemia, pode ser uma importante aliada na comercialização de pneus reformados. Inovadora e pensada especialmente pela Vipal para promover o acompanhamento de equipes comerciais, a plataforma tem como objetivo proporcionar agilidade dos processos e eficiência operacional, aprimorando a experiência do consumidor final.

Os conteúdos das lives abordaram os benefícios da ferramenta para gestão de clientes e orientações para proporcionar agilidade dos processos e eficiência comercial. A plataforma foi desenvolvida em parceria com a Salesforce, empresa líder mundial em software de gestão de clientes (CRM).

Em um dos encontros, a Vipal Borrachas abordou como é possível transformar a gestão do time comercial das reformadoras através das possibilidades da plataforma, seus benefícios e dicas de como conduzir a implantação junto à equipe de vendas.

Em outra ocasião, foi apresentado como é possível transformar a maneira das reformadoras gerenciarem leads e oportunidades de negócios, abordando ainda o processo de conversão de novos negócios, como evitar a perda de clientes e como usar o Smart Seller como um parceiro nessa gestão. Por fim, no último encontro online, a equipe da Vipal demonstrou como o Smart Seller pode ser um grande aliado para a gestão inteligente da estratégia comercial das reformadoras e foram trabalhadas formas de analisar os dados existentes

“Ouça o que o cliente tem a dizer sobre o seu negócio. As empresas que não se preocuparem com a real satisfação do consumidor final, em um ambiente onde a concorrência é cada dia mais acirrada, estarão fadadas ao sumiço”

JUNSOFT LÍDER PARA REFORMADORAS DE PNEUS



“É uma ferramenta completa que integra todos os departamentos e filiais do grupo. O investimento está trazendo excelentes resultados, estamos muito satisfeitos.”
Sidney Claro - NSA Pneutec



“O Junsoft é de fácil uso e com controles aprimorados.”
Diogo Moreschi - Moreschi Pneus



“O sistema da Junsoft vem sendo um dos nossos diferenciais competitivos, proporcionando maior flexibilidade e aumentando nosso faturamento.”
Juliana Bernardi - Machadinho Recapagens



“O Vulcano possui um excelente controle de todos os processos, desde vendas, produção, financeiro, contábil.”
Marcélia Correa - Pneus Prata



“Temos certeza que hoje no Brasil a Junsoft tem o sistema mais adequado para o ramo da recapagem de pneus.”
João V. Magnanti - Rodomag Pneus e Recapagens



“O sistema da Junsoft fornece informações de qualidade para a tomada de decisões em nossa Reformadora de Pneus.”
Marcos Magnanti - M2 Pneus



“Cliente da Junsoft a 7 anos vejo a evolução do sistema para atender todas as necessidades dos reformadores de pneus além de contar com um suporte rápido e eficaz.”
Ivan Garcia - Recapadora Toledo



“A implantação foi perfeita, treinamento bem executado e bem atendidos sempre pelo suporte que é capacitado para resolver tudo que necessário.”
Marcelo Garcia - P Pneus



“A Junsoft entende o que acontece dentro da Reformadora facilitando nosso trabalho.”
Moab - Renovadora de Pneus Cruzeiro



“Experiente no segmento possui uma plataforma já de acordo com todas as necessidades da reformadora.”
Mizael Francisco - Ecco Pneus



“Com o Junsoft eliminamos muito papel em todos os procedimentos, agilizamos a coleta, controles internos e faturamento de produtos e serviços.”
Sandro Nunes - RPI Recapagem



“Com o Junsoft nós tivemos redução de custo com mão de obra em vários setores.”
Paulo Henrique - ATZ Pneus



“Após a implantação do sistema Junsoft obtivemos muito sucesso em melhorar processos internos de produção e ainda contábil e fiscal.”
Charles Patrocínio - Mega Pneus



“O suporte técnico da Junsoft é ótimo e a equipe de atendimento muito atenciosa.”
Alexandre - Ingá Pneus

Junsoft
SISTEMAS

(45) 3055-3344
contato@junsoft.com.br
www.junsoft.com.br

na plataforma para aumentar as vendas das reformadoras, reduzir perdas de clientes e medir a performance da equipe. “A plataforma Smart Seller é estratégica, especialmente em tempos de pandemia, porque amplia a eficiência da gestão comercial, facilita a prospecção de novos clientes e proporciona o crescimento das empresas, através da ampliação da carteira de parceiros de negócios”, disse Guilherme Rizzotto, Diretor Comercial e de Marketing da Vipal Borrachas.

Outras novidades foram anunciadas pela Vipal Borrachas para incentivar as vendas dos reformadores desde o início da pandemia. Entre elas está o conjunto de softwares e hardwares que automatizam a vulcanização em autoclave como o Sistema Master, que avalia detalhes específicos de cada autoclave, e o Sistema Supervisor, que monitora o funcionamento dos painéis de controle. Lançados este ano nas

suas novas versões 6.0 e 2.4, respectivamente, esses sistemas foram instalados em várias reformadoras de Vipal Rede Autorizada e já vêm demonstrando ganho ao potencializarem a operacionalidade na etapa de vulcanização, fazendo com que os padrões de qualidade e confiabilidade da reforma sejam ainda mais elevados.

Ainda segundo Alysson Lisboa, para conquistar um cliente é preciso fazer com que ele perceba todos os benefícios ao fechar um negócio com a aquela marca. “Ele é a razão de qualquer negócio e, durante a pandemia, isso ficou ainda mais evidente. Não basta apenas entregar o que se vende. É preciso se envolver com o cotidiano das pessoas e transformar seu negócio em uma marca desejada pelo cliente”, aconselha o especialista.



COMO MELHORAR A EXPERIÊNCIA QUE VOCÊ OFERECE AOS SEUS CLIENTES?



Engaje a sua equipe

A cultura da empresa deve ser voltada para o cliente. Lembre-se de que não existe um departamento único que seja responsável por uma boa experiência do cliente. Todos devem estar focados nas necessidades, nos desejos, nos comportamentos e nas intenções dos consumidores. É importante que isso faça parte da cultura da empresa, que venha do líder e seja replicado por seus funcionários.

Ouçá atentamente o seu cliente (com empatia)

Os clientes querem que você saiba quem eles são e o que eles desejam. Abra espaço para ouvi-los antes e depois da realização do serviço ou disponibilização do produto. Procure saber o que o fez procurar a sua marca, que tipo de problema ele tinha, como pensou em resolver e como ele viu isso acontecendo por meio da sua solução. Faça o possível para que, durante todo o processo, ele se sinta seguro, confortável e tenha a certeza de que está sendo levado a sério pela sua empresa.



Ofereça uma experiência personalizada

Cada cliente é único e tem a sua própria percepção do que é bom: para um consumidor, o momento “uau” pode ser um atendimento rápido, enquanto para outro pode ser uma entrega antes do prazo. Por ser algo tão subjetivo, pode parecer difícil oferecer uma boa experiência.

Gerencie seus processos

Se você utiliza ferramentas que possibilitam melhor controle e direcionamento das demandas que chegam à sua empresa, evita problemas clássicos como a perda do deadline e o desalinhamento entre o pedido do cliente e o resultado entregue.

Quando você tem o poder de análise de informações, pode tomar atitudes para melhorar o desempenho da equipe e ganhar recursos que vão ajudar a compreender melhor se a experiência do cliente está adequada.

Mapeie a jornada do cliente

Muitas empresas, erroneamente, focam apenas em determinados pontos, como o acolhimento nas reuniões, a interação nas redes sociais etc. É preciso proporcionar experiências positivas para o cliente durante todo o processo em que ele estiver se relacionando com a sua marca. Para que isso aconteça, é necessário saber todos os pontos de interação que os consumidores têm com a sua empresa.

Dê atenção ao pós-venda

É interessante que sejam desenvolvidas estratégias para acompanhar o consumidor, mesmo depois de ele já ter finalizado a compra de um produto ou serviço.

Faça uso das redes sociais

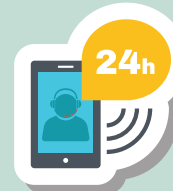
As redes sociais são um canal que aproxima as marcas do seu público, por isso é fundamental utilizá-las para proporcionar uma experiência positiva desde o seu primeiro contato.

Torne os processos mais ágeis

Ninguém gosta de burocracia. Por mais que alguns processos e fluxos de trabalho sejam necessários, é muito importante tornar as atividades as mais ágeis possíveis.

Utilize dados e tecnologia

Por fim, uma grande aliada nessa busca por uma melhor experiência do cliente é a tecnologia. Existem diversas ferramentas disponíveis que você deve utilizar para melhorar a gestão organizacional: aplicativos, soluções de coleta, tratamento e visualização de dados, plataformas, entres outros sistemas que fornecem informações valiosas sobre o seu público.



BORRACHAS NAS ESTRADAS

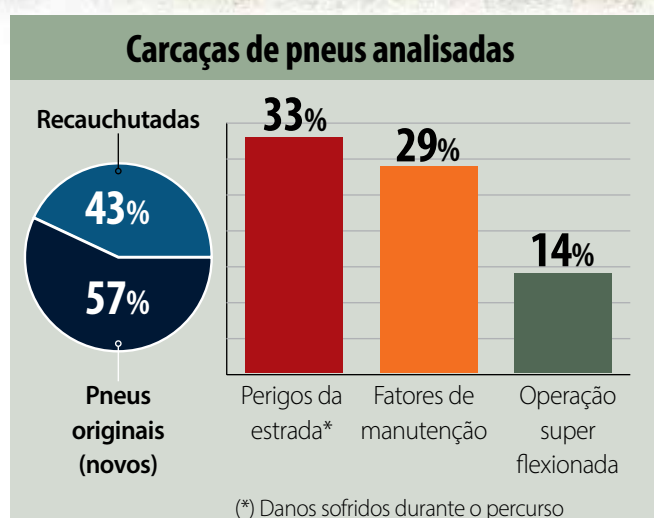
Recebi por e-mail no início de abril um informativo da TRIB – Tire Retread & Repair Information Bureau, entidade norte-americana que congrega reformadores de pneus na terra do Tio Sam. Nele havia, entre outras informações, um link para um vídeo com o título “True Causes of Rubber on the Road” (Verdadeiras Causas da Borracha nas Estradas), em que foram demonstradas razões que levam a banda de rodagem se desprender da carcaça, gerando os famigerados “jacarés” que vemos por aí.

Lá, como aqui, muitas pessoas (em geral desinformadas) acham que se trata de uma recapagem que se soltou, que essa borracha é algo perigoso e que se encontra por todos os lugares.

Com nove minutos de duração, o vídeo mostra que nem sempre é assim.

Logo no início, aos 34 segundos, vemos a imagem de um pedaço de banda de rodagem caído entre o acostamento de uma rodovia e o início da grama. Trecho plano, reta longa e com bom asfalto. Junto ao pedaço de borracha, algumas partes dos arames que compõem a estrutura do pneu. Logo em seguida, o narrador afirma que reformas ou recapagens não são a causa de pedaços de borracha nas estradas. Qual seria, então, a causa (ou causas) do estouro do pneu que originou esses resíduos?

De acordo com o vídeo, a causa número 1 é o aquecimento excessivo, e que pneus novos e reformados falham pelo mesmo motivo. Coletados restos de pneus que apresentaram o problema em todos os cantos do país, depois de analisados em laboratório, os resultados indicaram que a maioria dos detritos de pneus coletados não foi resultado de fabricação ou deficiências no processo de reforma.



Essa super flexão (com deformação excessiva) e o superaquecimento acontecem quando o pneu está com pressão de calibragem baixa, por transportar excesso de peso ou ao rodar em excesso de velocidade.

A cada giro do pneu, uma mesma região toca o solo e, neste momento, as laterais se deformam ao flexionar. Ao rodar com baixa pressão ou com excesso de peso, essa flexão é ainda maior – e excessiva – gerando aquecimento da carcaça.

Vale lembrar que a construção de um pneu assemelha-se a uma cebola: são diversas camadas sobrepostas. Se fizermos um corte transversal na carcaça de um pneu veremos que a quantidade de lonas que existe na região da banda de rodagem é igual a que encontramos na lateral até os talões. Por exemplo, um pneu de 16 lonas apresenta a mesma quantidade nas laterais e na região da banda de rodagem.

Essas lonas têxteis são colocadas no sentido diagonal em relação ao centro da banda de rodagem, daí a origem do nome.

Nessa construção, toda a carcaça tem a mesma flexibilidade. Numa curva, a carcaça se deforma pela ação da resultante centrífuga, e a área em contato com o piso é menor que a largura total da banda de rodagem.

Em um pneu radial, as lonas metálicas que formam a carcaça também vão de um talão ao outro, porém, são colocadas no sentido do raio do pneu, dando origem ao nome radial. Mas neste caso, há uma lona também metálica que reforça somente a região da banda de rodagem. Desta forma, na maioria dos pneus radiais temos quatro lonas nas laterais e cinco na banda de rodagem. Isso faz com que a região da banda esteja sempre em contato com o piso em toda a sua largura, e o que flexiona são somente as laterais, formando uma “barriga”.

A cada giro, as laterais são flexionadas ao tocar o piso e retornam ao formato original logo em seguida. Tomemos como exemplo um pneu da medida 295/80R22,5. Se considerarmos que seu diâmetro (d) tem 1080 mm, o comprimento da circunferência (C) é dado pela fórmula $C = \pi \times d$:

Como π vale 3,14, o resultado é $C = 3,14 \times 1080 = 3391,2$ mm ou, arredondando para ficar mais fácil, 3,4 metros.

Para percorrer uma distância de 1 quilômetro, um pneu da medida 295/80R22,5 terá que dar 294 voltas completas. Rodando a 80 km/h, uma mesma região do pneu será flexionada 23.529 vezes no período de uma hora, ou 392 vezes por minuto, sempre em números redondos.

Quem estiver lendo este artigo, consegue imaginar isso? Visualizar o tremendo esforço e trabalho a que o pneu é submetido?

Vamos a dois pequenos exercícios: primeiro, pegue um pedaço de arame e, segurando com os dedos próximos ao centro de seu comprimento, vá dobrando alternadamente de um lado para outro, várias vezes seguidas sem interrupção. Vai sentir que o metal vai aquecendo até chegar ao ponto de se romper. É esse mesmo fenômeno que acontece com a carcaça, gerando calor ao ser deformada e logo em seguida retornar ao estado normal. E, some-se a isso o calor do atrito contra o piso e o aquecimento proveniente dos tambores de freio.

No segundo, pegue novamente um pedaço de arame de uns 60 centímetros de comprimento. Segure pelas extremidades e curve até unir as pontas. Preste atenção à força necessária para fazer isso. Em

“A super flexão (com deformação excessiva) e o superaquecimento acontecem quando o pneu está com pressão de calibragem baixa, por transportar excesso de peso ou ao rodar em excesso de velocidade”

seguida, corte ao meio e faça o mesmo movimento, segurando pelas extremidades e unindo as pontas. Repare que será necessário usar mais força do que na tentativa anterior. Vá repetindo o processo, cortando ao meio e tentando unir as pontas até que

não consiga mais fazer isso. O que mudou? O arame é o mesmo, assim como a sua força. Por que, então, chega a um momento em que não consegue mais unir as pontas?

Quanto menor o comprimento (ou, no caso dos pneus, a dimensão das laterais), menor a flexibilidade. É por essa razão que em pneus de automóvel de perfil baixo (40 ou menos) é tão comum a ocorrência de rasgos e cortes nas laterais assim como o aparecimento de bolhas.

Assim como nos exercícios acima, o pneu vai gerando calor ao mesmo tempo que “dobra” e retorna, até que um estouro aconteça. Ao passar por um buraco ou depressão na pista, no choque contra um obstáculo qualquer como pedras, degrau do acostamento, cabeceira de ponte, tachão no piso e tantas outras coisas, o pneu se deforma com o impacto que muitas vezes é violento, e nem sempre resiste a todas essas forças.

Como dissemos na edição 32 da Pneus & Cia., o pneu é a grande vítima de tudo que está em cima dele, dentro dele ou embaixo dele. Peso e velocidade estão em cima. Dentro, a pressão incorreta (especialmente a baixa) e consertos também incorretos ou mal feitos. E embaixo, as condições do piso e quaisquer obstáculos. Tudo contribuindo para a ocorrência de um dano ou mal maior.

Se não quer ter dor de cabeça e prejuízos, cuide muito bem de seus pneus com:

- ▶ **Calibragem correta e periódica;**
- ▶ **Respeito ao limite de carga;**
- ▶ **Sem excesso de velocidade;**
- ▶ **Freios bem regulados;**
- ▶ **Condução responsável e segura.**



Lembre-se: tudo o que houver no veículo está sobre os pneus. Principalmente a sua vida.

E se quiser assistir ao vídeo (em inglês), acesse o link <https://www.retread.org/videos>.

Pércio Schneider
Especialista em pneus
pneus@greco.com.br

8

DICAS PARA DESENVOLVER HÁBITOS SAUDÁVEIS DURANTE A QUARENTENA

O período de isolamento social é, inegavelmente, desafiador para todos. No entanto, apesar do cenário complexo, que levou as pessoas a mudarem bastante a rotina, é essencial cultivar um pouco de otimismo para que as coisas não fiquem mais complexas do que já estão. Nesse sentido, priorizar a saúde física e mental, desenvolvendo hábitos saudáveis durante a quarentena, mostra-se indispensável para passar por

esse momento da melhor forma.

Entre os passos importantes para tornar a rotina dentro de casa mais leve e manter não só a saúde como a mente em dia estão planejar a alimentação, não abrir mão de atividades físicas e buscar aprender algo novo. Confira 8 dicas para desenvolver hábitos saudáveis durante a quarentena!

1 Estabeleça uma rotina

⇒ Um dos passos mais importantes para manter ou desenvolver hábitos saudáveis durante a quarentena é estabelecer uma rotina. O ideal é seguir os mesmos horários da sua rotina antes do isolamento.

⇒ Quem tinha o costume de fazer exercícios físicos pela manhã, por exemplo, deve buscar manter o horário. Dessa forma, o corpo e a mente sentirão menos as mudanças provocadas pelo novo momento.

⇒ Ter uma rotina também evita desafios comuns, como trabalhar muito além do horário e não saber diferenciar os períodos de estudo, de trabalho e de lazer.

2 Diferencie quarentena de férias

⇒ Para manter a saúde em dia durante esse período desafiador, é importante entender que quarentena não é sinônimo de férias. Mesmo a curto prazo, hábitos nocivos, como comer apenas besteiras durante o dia ou assistir à televisão mais do que deveria, podem fazer mal ao corpo e, até mesmo, à mente, que não saberá mais diferenciar quais momentos são de lazer e quais são de trabalho.

⇒ Quem deseja se manter saudável e proteger quem está à sua volta também precisa entender que o momento pede que se fique em casa. Ou seja, é para evitar aglomerações, viagens e só sair caso seja mesmo necessário.

3 Planeje a alimentação

⇒ A alimentação pode ser um problema durante o período de isolamento social, principalmente no caso de quem trabalha fora e/ou tinha o costume de fazer suas refeições na rua.

⇒ A regra de ouro para manter a alimentação em dia é planejamento. Logo no início da semana, planeje as refeições da casa.

⇒ Você pode cozinhar no fim de semana e refrigerar os pratos a serem consumidos ao longo da semana, por exemplo. O ideal é também comer nos horários regulares para que o corpo não estranhe tanto.

⇒ Os alimentos que farão parte do cardápio merecem atenção. Prefira sempre opções saudáveis e leves, afinal, o corpo não se movimentará tanto.

⇒ Evite processados, fast-food e alternativas que fornecem apenas calorias e nenhum nutriente, o que pode levar ao aparecimento de doenças oportunistas.

⇒ Não deixe, ainda, de manter o consumo regular de água. Beba, pelo menos, oito copos por dia para garantir sua hidratação.

4 Não siga dietas restritas

⇒ Um momento complexo como o atual, em que a rotina muda, e é preciso apostar na flexibilidade para se adaptar, não é o ideal seguir dietas muito restritivas.

⇒ Além de correr o risco de baixar a imunidade ao investir em uma alimentação que não é devidamente balanceada, pode haver dificuldade de conseguir alguns alimentos muito específicos.

⇒ Para manter a saúde em dia, prefira seguir uma dieta simples, mas que forneça todos os nutrientes necessários ao corpo, equilibrando a quantidade de proteínas, carboidratos, frutas, legumes e vegetais.

5 Faça atividade física em casa

⇒ Mesmo em período de isolamento social, é essencial tentar manter o corpo minimamente ativo. Por isso, invista na prática de atividades físicas mesmo em casa.

⇒ É possível praticar exercícios diversos com a ajuda de aplicativos, vídeos no YouTube e até mesmo lives que profissionais fazem em redes como Instagram.

⇒ Quem não tem o costume de praticar atividade física deve começar com exercícios mais leves, como alongamento ou ioga, sempre tomando o cuidado de não forçar o corpo para não correr o risco de se machucar.

“O cenário desafiador do novo coronavírus torna essencial o desenvolvimento de hábitos saudáveis para, assim, manter em dia a saúde física e mental”

6 Durma e acorde sempre no mesmo horário

⇒ O período de isolamento social também pode ser uma oportunidade para regular o sono e, assim, ganhar mais disposição durante o dia. Para isso, busque sempre dormir e

acordar no mesmo horário de costume.

⇒ Evite hábitos nocivos, como ficar acordado a madrugada inteira e dormir durante dia, para não enfrentar problemas como queda de produtividade e cansaço.

⇒ Outro cuidado importante para quem quer dormir melhor é evitar o uso de eletrônicos, como celular, pelo menos, uma hora antes dormir.

7 Aprenda alguma coisa nova

⇒ Este momento de quarentena, apesar de desafiador, pode ser uma oportunidade de investir em educação e aprender algo novo. Escolha um dos diversos cursos online disponíveis. Mesmo quem está em busca do controle de gastos pode fazer aulas gratuitas em temas diversos.

⇒ Aprender alguma coisa nova é hábito que não precisa estar diretamente ligado ao universo profissional. Pode ser um bom momento para começar algum hobby que sempre quis, como aprender a tocar violão, bordar ou cozinhar.

8 Persista nos novos hábitos saudáveis

⇒ Por fim, é essencial ter em mente que persistir nos novos hábitos adquiridos durante este período de isolamento social é passo importante para efetivamente mantê-los na rotina no futuro.

⇒ Tenha isso em mente, principalmente nos dias mais desafiadores, em que a ansiedade ataca e não há vontade de comer bem ou praticar exercícios, por exemplo.

⇒ Viva um dia de cada vez, mas sempre persista nas práticas que fazem bem ao corpo e à mente. Os momentos de desânimo passarão, e os benefícios de ter insistido nos hábitos saudáveis ficarão mais claros a cada dia.

⇒ O cenário desafiador do novo coronavírus torna essencial o desenvolvimento de hábitos saudáveis para, assim, manter em dia a saúde física e mental.

⇒ Coloque já em prática essas dicas e tenha em mente que a criação de novos costumes depende de foco e de persistência. Não desista até que seus hábitos negativos sejam substituídos por outros melhores.

LEGENDA

REFORMADORA

REVENDEDORA

ALFENAS

RECALFENAS

JARDIM BOA ESPERANÇA - TEL.: (35) 3292-6400

ARAXÁ



PNEUS SANTA HELENA

AV. GETÚLIO VARGAS, 427 - TEL: (34) 3612-1177

PNEUARA - PNEUS ARAXÁ LTDA.

VILA SILVÉRIA - TEL: (34) 3661-8571

ARCOS

RECACENTER

RODOVIA BR 354 - KM 476 -VILA CALCITA - TEL.: (37) 3351-7599

INOVVA RECAP

BR 354 - TEL.: (37) 3351-4127

BARBACENA

BQ PNEUS RECAUCHUTADORA E COMÉRCIO LTDA.

PASSARINHO - TEL.: (32) 3332-2988

BELO HORIZONTE

JAC PNEUS LTDA.

JARDIM MONTANHÊS - (31) 3464-5553



MINAS PNEUS LTDA.

CAIÇARA - TEL.: (31) 2103-4488
GUTIERREZ - TEL.: (31) 3118-4488



PNEUS SANTA HELENA

AV. PEDRO II, 2.434 - (31) 3471-5697

PNEUS NACIONAL LTDA.

BARRO PRETO - TEL.: (31) 3274-4155
FLORESTA - TEL: 3273-5590
FUNCIONÁRIOS - TEL.: 3281-2029
PAMPULHA - TEL.: (31) 3427-4907



PNEUSOLA

ALÍPIO DE MELO - TEL.: (31) 3311-7736 / 3311-7742
AV. AMAZONAS - TEL.: (31) 3311-7772 / 3311-7774
AV. DOS BANDEIRANTES - TEL.:(31) 3311-7765
AV. NOSSA SENHORA DO CARMO.: (31) 3311-7720
AV. PEDRO II - TEL.: (31) 3311-7732 / 3311-7733
AV. PRESIDENTE CARLOS LUZ - TEL.: (31) 3311-7757
AV. SINFRONIO BROCHADO - TEL.: (31) 3311-7780
BURITIS - TEL.: (31) 3311-7766
CIDADE NOVA - TEL.: (31) 3311-7713 / 3311-7714
LOURDES - TEL.: (31) 3311-7770 / (31) 3311-7771
MINAS SHOPPING - TEL.: (31) 3311-7760 / 3311-7761
NOVA SUÍÇA - TEL.: (31) 3311-7740 / 3311-7741
OURO PRETO - TEL.: (31) 3311-7712

PRADO - TEL.: (31) 3311-7766

RAJA GABAGLIA - TEL.: (31) 3311-7750 / 3311-7751
SÃO FRANCISCO - TEL.: (31) 3311-7766/ 3311- 7767
SÃO LUCAS - TEL.: (31) 3311-7783 / 3311-7784



RECAPE PNEUS LTDA.

NOVA GRANADA - TEL.: (31) 3332-7778
PEDRO II - TEL.: (31) 3471-5697

TOC PNEUS

BARREIRO DE BAIXO – TEL.: (31) 3384-2030
CALAFATE – TEL.: (31) 3371-1848
ESTORIL – TEL.: (31) 3373-8344
GAMELEIRA – TEL.: (31) 3386-4878/3384-1053

JP RADIAL PNEUS

BR 040 - RIBEIRÃO DAS NEVES - TEL: (31) 3628-1634

BETIM

AD PNEUS

JARDIM PIEMONT - TEL.: (31) 2125-9100



SM RECAP

AV. JUIZ MARCO TULIO ISAAC 4045- TEL.: (31)3396-1758

REFORMADORA PNEUMAX

JARDIM PIEMONT NORTE - TEL.: (31)3063-2777

PNEUSOLA

BRASILÉIA - TEL.: (31) 3311-7731



RECAPAGEM PNEU FORTE

BR ASILEIA- TEL: (31) 3511-9295

CAETANÓPOLIS



RECAPAGEM PNEU FORTE
BR 040- TEL: (31) 3714-6752

CAPELINHA

PNEUS CAP LTDA.

PLANALTO - TEL.: (33) 3516-1512

BLITZ PNEUS



BLITZ PNEUS

PLANALTO - TEL: (33) 516-2072

CARATINGA



JR PNEUS

AV. PRESIDENTE TANCREDO NEVES - TEL.: (33) 3321 3888

PNEUCAR

AV. PRESIDENTE TANCREDO NEVES - TEL.: (33) 3329-5555

CONSELHEIRO LAFAIETE

RG PNEUS

MELO VIANA - TEL.: (31) 3841-1176

CONGONHAS



PNEUSOLA

BR 040- TEL.: (31) 3

CONTAGEM

GIRO PNEUS

VIA EXPRESSA- TEL.: (31) 3395-0600



CEASA/BR 040 - TEL.: (31) 3119-4488

NG PNEUS LTDA.

GUANABARA - TEL.: (31) 3394-2176

PNEUS AMAZONAS LTDA.

VILA BARRAGINHA - TEL.: (31) 3361-7320



PNEUSOLA

CEASA - RODOVIA 040 - TEL.: (31) 3311-7788
ELDORADO - TEL.: (31) 3311-7778 / 3311-7779
JARDIM INDUSTRIAL - TEL.: (31) 3311-7722 / 3311-7723



RECAPAGEM SANTA HELENA

RUA CONTINENTAL, 150. CINÇÃO - TEL: (31)3394-8869



RECAPE PNEUS LTDA.

VILA PARIS - TEL.: (31) 3353-1765

SIGAMAX PNEUS

BR 040- CHÁCARA CAMPESTRE - TEL.: (31) 3913-7026

DIVINÓPOLIS



PNEUSOLA

CENTRO - TEL.: (37) 3212-0777



RENOVADORA SEGURANÇA LTDA.

BALNEÁRIO RANCHO ALEGRE - TEL.: (37) 3222-6565



PNEUMAC

Endereço: Anel rodoviário, km 1 - TEL: (37) 3229-1111



RENOVADORA SEGURANÇA LTDA.

BALNEÁRIO RANCHO ALEGRE - TEL.: (37) 3222-6565



PNEUMAC

Endereço: Anel rodoviário, km 1 - TEL: (37) 3229-1111

FORMIGA

AD PNEUS

MANGABEIRAS - TEL.: (37) 3322-1441



RENOVADORA SEGURANÇA LTDA.

VILA SOUZA E SILVA - TEL.: (37) 3322-1239



UNICAP

MARINGÁ - TEL.: (37) 3321-1822

LEÃO PNEUS

PLANALTO - TEL: (37) 3322-2636

GOVERNADOR VALADARES

REFORMADORA BELO VALE

IPÊ - TEL.: (33) 3278-1508

BLITZ PNEUS



BLITZ PNEUS

ILA BRETAS- TEL: (31) 3273-4919

IGARAPÉ

RECAPAGEM CAMPOS

BAIRRO JK - TEL.: (31) 3534-1552

IPATINGA

RG PNEUS

IGUAÇU - TEL.: (31) 3824-2244



JR PNEUS MICHELIN

IGUAÇU - TEL: (31) 3827-8716

BLITZ PNEUS



BLITZ PNEUS

IGUAÇU - TEL: (31) 3826-8776

ITABIRA

RG PNEUS

CENTRO - TEL.: (31) 3831-5055

BLITZ PNEUS



BLITZ PNEUS

VILA SANTA - TEL: (31) 3831-6897

ITABIRITO



JGX RECAPAGEM DE PNEUS LTDA.

BAIRRO LOURDES - TEL.: (31) 3561-7272

ITAMARANDIBA

BODÃO PNEUS E REFORMAS LTDA.

SÃO GERALDO – TEL.: (38) 3521-1185

ITAÚNA

REFORMADORA PNEUMAX

VILA SANTA MÔNICA - TEL.: (37) 3073-1911

JOÃO MOLEVADE

RG PNEUS

CARNEIRINHOS - TEL.: (31) 3851-2033

RG PNEUS

BELMONTE - TEL.: (31) 3852-6121

TOC PNEUS MATRIZ

CARNEIRINHOS - TEL.: (31) 3851-4222

JUIZ DE FORA



PNEUSOLA

AV.BRASIL - TEL.: (32) 3216-3419 / 3231-6677
AV. JUSCELINO KUBTSCHECK - TEL.: (32) 3225-5741
INDEPENDÊNCIA SHOPPING - TEL.: (32) 3236-2777 / 3236-2094

RECABOM PNEUS

MARIANO PROCÓPIO - TEL.: (32) 3212-2410

RG PNEUS

FRANCISCO BERNADINO - TEL.: (32) 3221-3372



RT JUIZ DE FORA REFORMA DE PNEUS LTDA.

DISTRITO INDUSTRIAL - TEL.: (32) 2102-5004

MATIAS BARBOSA



PNEUSOLA RECAPAGEM LTDA.

CENTRO EMPRESARIAL - TEL.: (32) 3273-8622

RECAPAGEM BQ LTDA.

EMPRESARIAL PARK SUL - TEL.: (32) 8415-7292

MONTES CLAROS



PNEUSOLA

CENTRO - TEL.: (38) 3221-6070
ESPLANADA - TEL.: (38) 3215-7874 / 3215-7874



PNEUS E RECAPAGEM SANTA HELENA

CENTRO - TEL.: (38) 3212-5945
CENTRO ATAC. REGINA PERES - TEL.: (38) 3213-2200
JD. PALMEIRAS - TEL.: (38) 3213-1940
CENTRO ATAC. REGINA PERES - TEL.: (38) 3213-1676

MURIAÉ

PAES PNEUS

RUA PROJETADA - TEL.: (32) 3722 5509

RECABOM PNEUS

UNIVERSITÁRIO - TEL.: (32) 3722-4042

RG PNEUS

BARRA - TEL.: (32) 3722-3788

NANUQUE

CACIQUE PNEUS LTDA.

CENTRO - TEL.: (33) 3621-4924

NOVA LIMA

ALINHAMENTO E BALANCEAMENTO OFICIAL

CENTRO - TEL.: (31) 3541-3364

RENOVADORA DE PNEUS OK S/A.

JARDIM CANADÁ - TEL.: (31) 3581-3294

PARÁ DE MINAS

AUTO RECAPAGEM AVENIDA LTDA.

CENTRO - TEL.: (37) 3231-5270

PASSOS

PASSOS RECAP LTDA.

JARDIM ITÁLIA - TEL.: (35) 3526-9240

PATOS DE MINAS

AUTOPATOS PNEUS E RECAPAGEM LTDA.

IPANEMA - TEL.: (34) 3818-1500

RECALTO PNEUS LTDA.

PLANALTO - TEL.: (34) 3823-7979



PNEUS SANTA HELENA

JD. ANDRADES - TEL.: (34) 3814-9494
JD. PAULISTANO - TEL.: (34) 3823-1020

PATROCÍNIO

AUTOMOTIVA PNEUS LTDA.
MORADA DO SOL - TEL.: (34) 3831-3366

PITANGUI

SUFER PNEUS E RECAPAGEM LTDA.
CHAPADÃO - TEL.: (37) 3271-4444

POÇOS DE CALDAS

POÇOS CAP LTDA.
CAMPO DO SÉRGIO - TEL.: (35) 3713-1237

SABARÁ

RECAPONTE PNEUS
RODOVIA MG 5 - TEL.: (31) 3486-1966

SANTA LUZIA

DURON RENOVADORA E COM. DE PNEUS
DIST. IND. SIMÃO DA CUNHA - TEL.: (31) 3637-8688

SÃO DOMINGOS DO PRATA

PNEUS PRATA RECAPAGEM
RECAPAGEM PNEUS PRATA LTDA.
BOA VISTA - TEL.: (31) 3856-1000

SÃO JOAQUIM DE BICAS

RT PNEUS
RT BICAS REFORMA DE PNEUS LTDA.
TEREZA CRISTINA - TEL.: (32) 3534-6065

SETE LAGOAS

MINAS PNEUS 60
Oficina Multimarcas
MINAS PNEUS LTDA.
BAIRRO CANAÃ - TEL.: (31) 2107-0200

RECAPAGEM CASTELO LTDA.
UNIVERSITÁRIO - TEL.: (31) 3773-9099

RECAPAGEM & PNEUS SANTA HELENA 57 anos
PNEUS SANTA HELENA - E RECAPAGEM
CANAAN - TEL.: (31) 3773-0639
CENTRO - TEL.: (31) 3771-2491
ELDORADO (RECAP.) - TEL.: (31) 3772-2869
HENRIQUE NERY - TEL.: (31) 2106-6008

TEÓFILO OTONI

JR PNEUS REFORMADORA
JR PNEUS
AV. ALFREDO SÁ - TEL.: (33) 3522 5580

JR Pneus
MICHELIN

JR PNEUS MICHELIN
SÃO DIOGO - TEL.: (33)3523-5407

BLITZ PNEUS
Continental

BLITZ PNEUS
SÃO CRISTÓVÃO - TEL.: (33)3523-4140

TOKIO PNEUS
BRIDGESTONE

TOKIO PNEUS
SÃO CRISTÓVÃO - TEL.: (33)3521-4918

TIMÓTEO

JR PNEUS REFORMADORA

JR PNEUS
NÚCLEO INDUSTRIAL - TEL.: (31) 3848-8062

RG PNEUS
OLARIA II - TEL.: (31) 3831-5055

TORQUE DIESEL LTDA.
CACHOEIRA DO VALE - TEL.: (31) 3848-2000

UBÁ

PNEUSOLA

PNEUSOLA
LAURINHO DE CASTRO - TEL.: (32) 3531-3869

FRANSSARO PNEUS
SAN RAFAEL II - TEL.: (32) 3532-9894

JACAR PNEUS LTDA.
RODOVIA UBÁ/JUIZ DE FORA - TEL.: (32) 3539-2800

UBERABA

RECAPAGEM & PNEUS SANTA HELENA 57 anos

PNEUS SANTA HELENA
SÃO BENEDITO - TEL.: (34) 3336-8822
JARDIM INDUBERABA - TEL.: (34) 3336-6615

UBERLÂNDIA

CONQUIXTA RECAPAGEM DE PNEUS LTDA.
MINAS GERAIS - TEL.: (34) 3232-0505

RECAPAGEM & PNEUS SANTA HELENA 57 anos

PNEUS SANTA HELENA - E RECAPAGEM
CUSTÓDIO PEREIRA - TEL.: (34) 3213-1177
DANIEL FONSECA - TEL.: (34) 3336-1177
DIST. INDUSTRIAL - TEL.: (34) 3230-2300
DIST. INDUSTRIAL (RECAP.) - TEL.: (34)3230-2311

TYRESOLIS DO TRIÂNGULO LTDA
DISTRITO INDUSTRIAL - TEL.: (34) 3239-9800

UNAÍ

RESSOLAR PNEUS
AV. CASTELO BRANCO 320 - TEL.: (38) 3676-4611

VARGINHA

AD PNEUS
PARQUE URUPÊS - TEL.: (35) 3222-1886

TYRESUL RENOVADORA DE PNEUS LTDA.
SANTA LUIZA - TEL.: (35) 3690-5511

VISCONDE DO RIO BRANCO

RECAUCHUTADORA RIO BRANQUENSE DE PNEUS
BARRA DOS COUTOS - TEL.: (32) 3551-5017

OUTROS ESTADOS

BAHIA

ALLIANZA PNEUS
FEIRA DE SANTANA - TEL.: (75) 3603-8555

MINAS PNEUS 60
Oficina Multimarcas

Pituba / Salvador
Água de Meninos / Salvador
Iguatemi / Salvador
Centro / Feira de Santana
Conceição / Feira de Santana
Estrada do Coco / Lauro de Freitas

GOIÁS

MARIA FRANCISCA PNEUS
SENADOR CANEDO - TEL.: (62) 3565-8358

MATO GROSSO DO SUL

RECAUCHUTADORA DE PNEUS CAMPO GRANDE
CAMPO GRANDE - TEL.: (67) 3351-5632

PARANÁ

PNEUS JANDAIA AUTO CENTER
JANDAIA DO SUL - TEL.: (43)3432-1681

RODABEM
MARIALVA - TEL.: (44)3232-1086

RIO DE JANEIRO

RENOVADORA DE PNEUS NOVA AREAL
PETRÓPOLIS - TEL.: (24)2259-1453

SÃO PAULO

MORECAP RENOVADORA DE PNEUS
MOGI MIRIM - TEL.: (19)3022-8000

REAL TYRES PREMIUM
SÃO JOSÉ DO RIO PRETO - TEL.: (17)3223-1165

STAR PLUS PNEUS
UCHOA TEL.: (17)3101-1066



NA BOREX, QUANTO MAIS VOCÊ COMPRA, MAIS VOCÊ GANHA

Com o Cashback Borex,
toda compra gera um valor em crédito pra usar no próximo mês.
Concentre seus pedidos na Borex.
Você vai ganhar muito mais com isso e vai ganhar sempre.



borex.com.br

Comércio para o futuro



DUM
FACEBOOK.COM/DUM

tipler.com.br



A Tipler tem uma excelente oportunidade para você

A Solução Tipler é mais do que uma reformadora de pneus. É um modelo inteligente de negócio, com muita inovação e tecnologia de ponta em um layout compacto e de alta produtividade. Processos padronizados e ferramentas de gestão proporcionam que os resultados sejam maximizados, gerando mais lucratividade.

Entre em contato conosco e saiba mais:
51 3393.2203 - vendas@unirtec.com

 **SOLUÇÃO
TIPLER**

NOVO ENVELOPE VIPAL.

MUDAMOS.
PARA MUITO
MELHOR.

- + resistência
- + elasticidade
- + economia
- + passadas
- + segurança

A estrada nos ensinou que mudar é a chave para evoluir. Por isso, a Vipal trabalhou incansavelmente para desenvolver um novo produto com qualidade e desempenho incomparáveis: o Novo Envelope Vipal. Foram dois anos de testes e aprimoramentos para chegar nessa evolução. Ou melhor, revolução.

Acesse vipal.com.br/envelope e veja mais características do produto, os testes realizados e o depoimento de quem entende do assunto.

*Disponível nas versões de montagem com e sem arinho.

 **VIPAL**[®]
BORRACHAS

A estrada
ensina
a vencer