

PNEUS & CIA.

Publicação bimestral do Sindipneus

Ano 16 • nº 95 • setembro/outubro 2023

EXPERIÊNCIA DO CLIENTE: O QUE VOCÊ TEM FEITO PARA FIDELIZAR O SEU PÚBLICO MAIS ESTRATÉGICO?

ENTREVISTA
JUNIO ENES,
CONSULTOR, PALESTRANTE
E ANALISTA DA UNIDADE DE
RELACIONAMENTO COM O
CLIENTE DO SEBRAE MINAS



CONEXÃO

LGPD: EMPRESAS AINDA TÊM
DÚVIDAS SOBRE COMO SE ADEQUAR

VIVER BEM

“FAXINA” MENTAL: 5 DICAS SIMPLES
PARA FICAR MAIS LEVE!



SINDIPNEUS

Sindicato das Empresas de
Revenda e Prestação de Serviços
de Reforma de Pneus e Similares
do Estado de Minas Gerais
Rua Curitiba, 561- 8º andar | Centro
CEP 30170.120 | Belo Horizonte | MG



Com você para
crescer

A importância de dar atenção à experiência do seu cliente

Neste mês de setembro, no dia 15, é celebrado nacionalmente o Dia do Cliente. Em alusão à data, a matéria de capa desta edição propõe uma reflexão sobre o que temos feito para atrair, encantar e reter nossos clientes. O consultor, palestrante e analista da Unidade de Relacionamento com o Cliente do Sebrae Minas, Junio Enes, enfatizou pontos essenciais no relacionamento com os clientes que podem representar vantagens competitivas para as empresas, como a importância do pós-venda, da presença nos canais digitais e da aproximação com os clientes. Segundo Junio, lidar com a insatisfação de clientes é parte essencial da gestão de relacionamento, e existem algumas etapas que o empresário pode seguir para solucionar da melhor forma as dores de um cliente insatisfeito. A primeira delas é a escuta com empatia, que consiste em ouvir o cliente com atenção e buscar alternativas capazes de resolver os seus problemas.

Na Editoria Conexão, uma entrevista com os advogados Bruno Gontijo, sócio do escritório Dias Gontijo, e Gabriel Costa, gestor da área Cível do mesmo escritório e especialista em LGPD. Cinco anos após ter sido sancionada, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) ainda gera dúvidas e os advogados aproveitaram o espaço para esclarecer pontos importantes, como princípios para tratamento de dados pessoais e sanções para as empresas que descumprem o que determina a lei.

Na editoria Pneus & Frotas, Pércio Schneider, especialista em pneus, fala sobre os riscos da improvisação na montagem de pneus e rodas feita por alguns borracheiros. Segundo ele, “o mais triste nessa história é que essas situações são as mesmas, seja na borracharia da esquina ou de beira de estrada e também nas das frotas. É raro encontrar uma empresa que dê o valor devido e necessário às práticas corretas”. A improvisação coloca em risco a segurança dos ocupantes do veículo e, por isso, precisa ser evitada. Ele explica como.

Na editoria Sindipneus em Ação, alguns detalhes da nossa participação na 38ª edição do Congresso Nacional de Sindicatos Empresariais (CNSE), evento que reuniu empreendedores e sindicatos de todo o Brasil em Natal (RN), no mês de agosto. Durante os três dias de evento, a programação abordou as principais tendências e desafios do setor terciário. Mais de 1.200 empresários que atuam em entidades vinculadas ao Sistema Comércio de todo o Brasil estiveram presentes.

Não deixe de enviar suas críticas e sugestões para o e-mail para sindipneus@sindipneus.com.br, ajudando-nos a produzir conteúdos relevantes para empresários do setor.

Desejamos uma excelente leitura!

Equipe Sindipneus MG



Sindipneus

Ficou interessado e deseja se associar?
FIQUE POR DENTRO DE TUDO. ACESSOS EXCLUSIVOS.

SINDIPNEUS - Rua Curitiba, 561- 8º andar - Centro -
Belo Horizonte - Cep 30170.120/MG - Tel (31) 3213-2909.
sindipneus@sindipneus.com.br - www.sindipneus.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 Magalhães Guerra

1º secretário: Túlio Marcos MezêncioLeal

2º secretário: Samuel Fonseca Filho

1º tesoureiro: Rogerio de Matos

2º tesoureiro: Renato Antônio da Silva Costa

Conselho Fiscal Efetivo: Ricardo Ilídio de Moura

Conselho Fiscal Efetivo: Arilton da Silva Machado

Conselho Fiscal Efetivo: Henrique Koroth

Conselho Fiscal Suplente: Dênis de Oliveira

Conselho Fiscal Suplente: Genilton Cicero Machado

Conselho Fiscal Suplente: Júlio César Gonçalves Lima

Analista de Projetos/Financeiros: Nilcéia Fonseca

REVISTA PNEUS & CIA. - ANO 16 - Nº 95 - setembro/outubro 2023

• **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 • **Edição digital**

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 Curitiba, 561- 8º andar - Centro - Belo Horizonte - Cep 30170.120/MG -

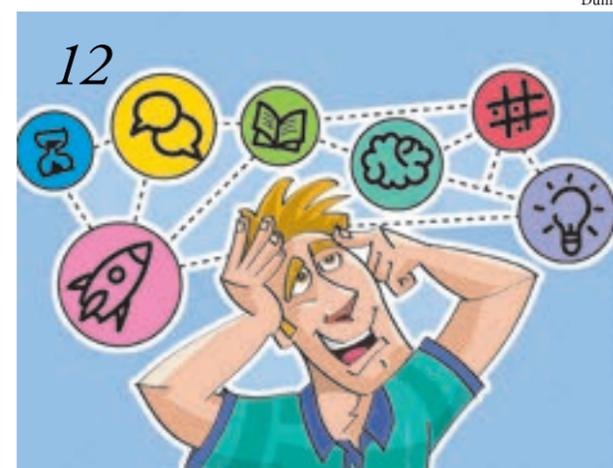
Tel (31) 3213-2909 • sindipneus@sindipneus.com.br – www.sindipneus.com.br



Arquivo pessoal



Foto/Freepik



Dum



Dum

Seções

06 Sindipneus em Ação

Sindipneus marca presença na 38ª edição do Congresso Nacional de Sindicatos Empresariais

08 Conexão

LGPD: empresas ainda têm dúvidas sobre como se adequar

12 Estratégia

Criatividade sem limites [Origem e estímulo]

16 Capa

Experiência do cliente: o que você tem feito para fidelizar o seu público mais estratégico?

24 Pneus e Frotas

Os riscos da improvisação na montagem de pneus e rodas

26 Viver Bem

Como fazer uma “faxina” na sua mente? 5 dicas simples para ficar mais leve!

28 Guia dos Associados

31 Charge

SINDIPNEUS MARCA PRESENÇA NA 38ª EDIÇÃO DO CONGRESSO NACIONAL DE SINDICATOS EMPRESARIAIS

EVENTO ACONTECEU EM NATAL (RN), ENTRE OS DIAS 9 E 11 DE AGOSTO, E REUNIU MAIS DE 1.200 EMPRESÁRIOS DE ENTIDADES VINCULADAS AO SISTEMA COMÉRCIO DE TODO O BRASIL

Fotos CNSE e Sindipneus/Divulgação



Marcelo Queiroz, presidente da Fecomércio RN (foto2); O presidente do Sistema Federação do Comércio, Sesc e Senac Minas, Nadim Donato, e a executiva do Sindipneus, Nilcéia Fonseca (foto 3)

O Sindipneus MG marcou presença na 38ª edição do Congresso Nacional de Sindicatos Empresariais (CNSE), evento que reuniu empreendedores e sindicatos de todo o Brasil em Natal (RN), no mês de agosto. O CNSE foi realizado pelo Sindilojas RN e Fecomércio RN, com patrocínio da Confederação Nacional do Comércio (CNC) e do Sebrae.

Partindo do tema "Fortalecer sindicatos é preparar as empresas", a programação do CNSE focou nas principais tendências e desafios do setor terciário. Foram três dias de atividades para mais de 1.200 empresários que atuam em entidades vinculadas ao Sistema Comércio de todo o Brasil e tiveram a oportunidade de compartilhar boas práticas e discutir o futuro do sindicalismo patronal - através de palestras, oficinas, debates, reuniões técnicas, encontros temáticos, entre várias outras atrações.

"Somos um estado federativo com especificidades das mais variadas, porém enfrentamos os mesmos desafios. Por isso, nosso encontro é também uma grande celebração da resiliência e do profundo impacto que o setor produtivo tem

no desenvolvimento do nosso país. Em busca de soluções modernas e inovadoras, o 38º CNSE será pautado pelo que há de mais atual e relevante no universo do comércio e do segmento empresarial", afirmou o presidente da Fecomércio RN, Marcelo Queiroz, durante cerimônia de abertura.

Para a executiva do Sindipneus, Nilcéia Fonseca, que representou a entidade na ocasião, eventos como esse são fundamentais para promover a integração entre os sindicatos e propor debates sobre a melhor atuação dessas entidades em prol de seus segmentos. "Foram dias de aprendizado, trocas, network e importantes insights sobre como manter um sindicato atuante, que propicie o crescimento e fortalecimento do setor". Os desafios da economia, as reformas trabalhista e sindical e as tendências e oportunidades do varejo foram alguns dos temas debatidos no evento.

O Congresso Nacional de Sindicatos Empresariais é um evento anual, realizado sempre por um sindicato patronal que atua junto ao setor terciário, nas principais capitais do comércio do país.

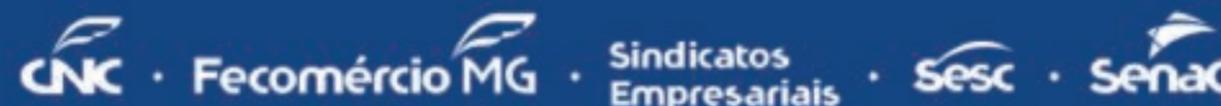
#QuemTáJunto da Fecomércio MG conta com benefícios exclusivos!

QUER MELHORES RESULTADOS PARA O SEU NEGÓCIO?

www.fecomerciomg.org.br



Fecomércio MG - Há 84 anos fortalecendo e defendendo o comércio. A Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Minas Gerais (Fecomércio MG) é a maior representante do comércio em Minas Gerais, reúne 48 sindicatos filiados, atuando em prol de mais de 568 mil empresas mineiras. A entidade atua junto às esferas pública e privada para defender os interesses do setor, requisitar melhores condições tributárias e celebrar convenções coletivas de trabalho, além de manter um portfólio com diversos produtos e serviços voltados ao desenvolvimento das empresas.



Sistema Comércio

LGPD: EMPRESAS AINDA TÊM DÚVIDAS SOBRE COMO SE ADEQUAR

Cinco anos após ter sido sancionada, em agosto de 2018, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) ainda gera dúvidas. Este ano, em julho, a primeira multa foi aplicada pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) a uma empresa que descumpriu o que determina a lei, acendendo um alerta sobre a importância de as empresas se adequarem. Para tornar claros alguns pontos da LGPD, como sanções e princípios para tratamento de dados pessoais, conversamos com os advogados Bruno Gontijo, sócio do escritório Dias Gontijo, e Gabriel Costa, gestor da área Cível do mesmo escritório e especialista em LGPD. Para eles, embora haja um longo caminho a ser percorrido, é possível perceber maior empenho das empresas na proteção dos dados de seus clientes. Confira a entrevista na íntegra!

O que é e para que serve a LGPD?

A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018 ou LGPD) foi concebida visando à proteção dos dados pessoais das pessoas naturais, coletados por meio físico ou digital, e que atualmente, em função dos avanços tecnológicos proporcionados pela internet, são facilmente coletados e, em muitos casos, indevidamente compartilhados, causando imenso prejuízo não apenas às pessoas vítimas do compartilhamento indevido dos dados, mas também ao Estado e à iniciativa privada, que necessitam criar instrumentos capazes de evitar os chamados “incidentes de segurança”.

A partir da necessidade de resguardar a segurança dos dados pessoais, e em função do mundialmente conhecido caso “Cambridge Analytica”, no qual uma empresa americana coletou, através de testes teoricamente inofensivos aplicados pelo Facebook, dados pessoais de mais de 50 milhões de pessoas sem nenhum consentimento, os países da União Europeia aprovaram em 2016 a “General Data

Protection Regulation (GDPR)” regulando o tratamento de dados pessoais. Este regulamento (GDPR) serviu de modelo para a LGPD brasileira.

Quais os principais fundamentos da LGPD?

O art. 2º da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - LGPD expressa os seguintes fundamentos:

- I - o respeito à privacidade;
- II - a autodeterminação informativa;
- III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;
- IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;
- V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação;
- VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e
- VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais.

O que muda, com a lei, para os consumidores?

Neste ponto especificamente, há que ser feita uma singela distinção entre as proteções trazidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) e pela LGPD. Isto porque, enquanto o CDC busca proteger o indivíduo enquanto consumidor de produtos ou serviços, a LGPD estende sua proteção para todas as pessoas naturais, independentemente de o indivíduo estar inserido ou não em uma relação de consumo.

Assim, muito embora diversos dispositivos do CDC e da LGPD sejam convergentes em algumas de suas proteções, em tese, a entrada em vigor da LGPD não atrai significativas mudanças na vida dos consumidores, até porque estes já possuem um código próprio com amplas proteções.



Gabriel Costa é advogado e gestor da Área Cível do Escritório Dias Gontijo Advocacia e Bruno Dias Gontijo é sócio do escritório

Todavia, isso não significa que as mudanças não sejam importantes do ponto de vista consumerista, já que elas cuidaram de ampliar e reforçar as proteções para os cidadãos, nesses incluídos os consumidores.

E para as empresas?

Para as empresas as mudanças são bastante significativas e, em muitos casos, dispendiosas, trazendo uma série de exigências e adaptações necessárias ao cumprimento das regras insculpidas na LGPD, sob pena de aplicação de penalidades de forma gradativa, de acordo com a gravidade da infração e levando em consideração o faturamento da pessoa jurídica, à exemplo de multas que podem alcançar até cinquenta milhões de reais, além da possibilidade de proibição parcial ou total do exercício de atividades relacionadas ao tratamento de dados.

Neste sentido, é necessário que as empresas contingenciem parte do seu lucro para investir na capacitação de seus funcionários, promovendo treinamentos periódicos de qualificação e conscientização quanto aos termos da LGPD, invistam em sistemas de segurança de dados (firewall, antivírus, phishing e etc.) visando garantir a segurança e o correto armazenamento dos dados pessoais que se encontram sob sua responsabilidade, providencie a adequação de

seus contratos e de suas políticas de privacidade, além de criar estratégias para eventuais casos de incidentes de privacidade e segurança.

Estas adaptações, muito embora complexas e dispendiosas, a médio e longo prazo podem se mostrar benéficas, em razão da melhoria organizacional promovida nas empresas, trazendo consequente retorno reputacional e qualitativo a elas.

As sanções já estão sendo aplicadas para empresas que não se adequarem? Desde quando?

Muito embora a LGPD tenha sido promulgada há mais de 5 anos, ela somente entrou em vigor no dia 18/09/2020, em função do prazo concedido pelo legislador para que as empresas se adaptassem às novas regras.

Vale salientar que desde a sua entrada em vigor, a aplicabilidade das sanções vinha sendo prejudicada pela demora na organização estrutural da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), agravada, ainda, pela pandemia da Covid-19.

Importante destacar, também, que a primeira sanção pecuniária aplicada a uma empresa ocorreu recentemente, em decisão publicada no dia 06/07/2023, por infração ao

artigo 7º (tratamento de dados pessoais sem respaldo legal) e 41 (falta de comprovação da indicação de encarregado pelo tratamento de dados pessoais pela empresa) da LGPD, e por infração ao art. 5º do Regulamento de Fiscalização, resultando na aplicação de multa no valor de quatorze mil e quatrocentos reais. O referido Regulamento de Fiscalização prevê a possibilidade de recurso da decisão ao Conselho Diretor da Autoridade.

E quais são essas sanções?

As sanções em caso de descumprimento podem variar entre advertência, multa simples, multa diária, publicização da infração, bloqueio dos dados pessoais, eliminação dos dados pessoais, suspensão parcial do funcionamento do banco de dados, suspensão do exercício da atividade de tratamento dos dados pessoais e proibição parcial ou total do exercício de atividades relacionadas a tratamentos de dados.

Nos termos da LGPD, as multas podem ser aplicadas de forma escalonada, até o efetivo cumprimento da determinação da ANPD, limitada a 2% do faturamento anual da empresa, ou cinquenta milhões de reais, valores estes que são determinados pela gravidade e natureza da infração, e pelos direitos pessoais que foram afetados.

Todavia, não é demais lembrar que as sanções acima destacadas são sanções administrativas, existindo, ainda, a possibilidade de judicialização do caso pelo titular dos dados ou até mesmo pelo Ministério Público, em caso de dano coletivo, com o risco de condenação ao pagamento de indenização por danos morais e materiais, como ocorreu no caso da Construtora Cyrela, condenada ao pagamento de mil reais a título de danos morais por compartilhar indevidamente os dados de um consumidor com empresas parceiras, após a venda de um imóvel.

Quais são os principais pontos de atenção para as empresas?

Para facilitar a compreensão da lei, nosso escritório listou dez princípios da LGPD que devem ser observados, os quais denominamos de “Princípios Para o Tratamento de Dados Pessoais”, assim descritos:

- 1 Finalidade** - Propósitos lícitos, específicos, explícitos e informados. Deve ser de conhecimento do titular antes de qualquer tratamento;
- 2 Adequação** - Tratamento apenas de dados compatíveis com as finalidades informadas ao titular de dados pessoais;
- 3 Necessidade** - Utilização apenas de dados estritamente necessários, proporcionais e não excessivos;
- 4 Livre Acesso** - Acesso fácil ao tratamento e gratuito à integralidade dos dados pessoais;
- 5 Qualidade dos Dados** - Dados exatos, claros e fiéis à realidade;
- 6 Transparência** - Informações claras e precisas aos titulares de dados pessoais;
- 7 Segurança** - Uso de medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de extravios, destruições, modificações, transmissões ou acessos não permitidos;
- 8 Prevenção** - Adoção de medidas para evitar danos aos titulares de dados pessoais;
- 9 Não Discriminação** - Não utilização de dados pessoais para fins discriminatórios, ilícitos ou abusivos;
- 10 Responsabilização e Prestação de Contas** - Demonstração de adoção de medidas eficazes ao cumprimento das normas e dos regulamentos.

Nestes cinco anos de promulgação, qual o balanço geral você faz?

Ainda é cedo para tecer algum comentário objetivo sobre a embrionária vigência da LGPD, apesar de sua boa intenção e necessária proteção conferida aos dados individuais das pessoas.

Entretanto, entre erros e acertos, se percebe um considerável avanço no tocante à preparação e preocupação das empresas com a proteção dos dados pessoais que se encontram sob seus cuidados, seja por cautela em relação às pos-

síveis sanções, seja pela conscientização de seus administradores, também titulares de dados sujeitos a tratamento.

Quanto ao titular dos dados pessoais, esse período de vigência da lei proporcionou, ao nosso sentir, uma maior sobriedade acerca de seus direitos e sobre os deveres das empresas no trato com seus dados. Contudo, ainda é preciso que o Poder Público promova ações de incentivo, divulgação e esclarecimento sobre a norma, a fim de expandir seu alcance para todas as classes sociais e em todo o território nacional.



VOCÊ SABIA QUE A TECH OFERECE MUITO MAIS ALÉM DE MATERIAIS DE REPARAÇÃO DE ALTA QUALIDADE?

A Tech sempre entrega muito mais.



ACESSE O E-COMMERCE e GARANTA DESCONTO EXCLUSIVO produtos.techdobrasil.com

Acese o QR CODE



Siga e acompanhe as novidades através das redes sociais Tech do Brasil



Ligue agora e fale com o nosso consultor técnico, faça o seu pedido através do telefone: (19) 3800-3930 ou e-mail: vendas@techdobrasil.com

CRIATIVIDADE SEM LIMITES

[ORIGEM E ESTÍMULO]



De acordo com Abraham Maslow, psicólogo norte-americano, o homem criativo não é aquele sobre o qual se acrescentou algo, mas aquele do qual nada se tirou. Em outras palavras, nascemos todos originalmente criativos e, à medida que crescemos, a mente vai sendo afetada por modelos e ideias alheias, fato que inibe a criatividade do ser humano.

O ser criativo é interessado por todo tipo de assunto: armas, história antiga, química, matemática, filosofia, astronomia, Leonardo da Vinci, Maias, Incas, Astecas, Vikings, Ilha de Páscoa e Aborígenes australianos. Não existe limite porque ele está sempre juntando as informações para formar uma nova ideia.

Olhe para seus filhos, sobrinhos e filhos dos seus amigos. Eles estão sempre perguntando ou procurando algo novo para fazer. Qualquer aparelho eletrônico para desmontar e colocar o dedinho curioso nunca é suficiente. As crianças não se preocupam muito com o fato de estarem erradas. Quando não sabem exatamente o que fazer em determinada situação, elas improvisam e isso estimula a criatividade.

Ken Robinson, PhD em educação e autor do clássico O Elemento-Chave, afirmava que os sistemas escolares de todo o mundo incutem em nós uma noção restrita de inteligência e capacidade, e dão excessivo valor a determinados tipos de talento e habilidades.

Isso faz com que outros tipos igualmente importantes de habilidade ou de inteligência sejam negligenciados, ignorando a relação existente entre eles, os quais, da mesma forma, são muito necessários ao desenvolvimento da vida em sociedade. O que seria do balé, da música e do teatro se nada existisse além da matemática, da física e da inteligência verbal?

“A verdadeira chave para o sucesso criativo está no que você consegue fazer com o conhecimento que adquire, portanto, ser criativo pressupõe atitudes e novas perspectivas para procurar ideias, manipular conhecimento e aproveitar a experiência.”

Por conta de tudo isso, a maioria das pessoas não consegue explorar toda a gama de suas aptidões e interesses. Há pouco mais de 30 ou 40 anos, qualquer criança que não fosse boa em matemática e português, por exemplo, era considerada fora do padrão. Outras habilidades sequer eram exploradas e, quando despertadas, eram ignoradas.

A impressão que se passa é a de que se você não tiver habilidade para física ou matemática, suas chances são poucas. Embora isso não esteja totalmente descartado, pesquisadores como Howard Gardner, Ken Robinson e Roger Von Oech, entre outros, já comprovaram a existência das múltiplas inteligências, portanto, é possível ser criativo em qualquer área do conhecimento humano.

CRIATIVIDADE NOS DIAS DE HOJE

Nos dias de hoje, conhecimento e informação são as matérias-primas das novas ideias, entretanto, somente isso não

EMPRESAS PERDEM MILHÕES POR ANO POR NÃO GERIR WHATSAPP, NÃO SEJA MAIS UMA DELAS.

Inovação e tecnologia para o atendimento de WhatsApp da sua empresa.

- ▢ Aumente suas vendas
- ▢ Otimize seu tempo
- ▢ Multi-atendentes
- ▢ Gestão de conversas
- ▢ Dashboard
- ▢ API Oficial WhatsApp
- ▢ Multi-canaís
- ▢ CRM
- ▢ Chatbot
- ▢ Campanhas

CONTRATE AGORA: (31) 99676-0210

at1 CHAT

é suficiente para tornar uma pessoa criativa. Você conhece muitas pessoas que sabem tudo sobre tudo, porém não sabem o que fazer com tudo isso e o conhecimento permanece dormente, à espera de um estímulo.

Ser criativo não basta. O mundo está cheio de boas ideias que morrem no instante em que você se descuida delas. A verdadeira chave para o sucesso criativo está no que você consegue fazer com o conhecimento que adquire, portanto, ser criativo pressupõe atitudes e novas perspectivas para procurar ideias, manipular conhecimento e aproveitar a experiência.

Há muito tempo, quando o alemão Johann Gutemberg associou dois princípios distintos, a prensa de vinho e o cunho de imprimir moedas, ideia que resultou na criação da prensa tipográfica e do tipo móvel, pessoas próximas a ele pensaram que ele estava delirando, mas era apenas a sua criatividade em jogo.

Através de uma simples pergunta e ousada atitude, a ideia foi colocada em prática e revolucionou a história da humanidade: “se eu pegasse esses cunhos de moeda e colocasse vários sob pressão na prensa de vinho, será que a imagem permaneceria impressa no papel? Todos conhecem o resultado desse experimento até hoje.

Acontece o mesmo com a maioria das pessoas. A mente é bombardeada todos os dias por milhares de ideias e pensamentos que são ignorados na mesma velocidade em que surgem. Portanto, as ideias surgem, as perguntas surgem, mas a maioria não corre atrás do experimento, porque encontra sempre uma justificativa mais forte para contestá-las.

COMO ESTIMULAR A CRIATIVIDADE

Por que não pensamos em coisas diferentes com mais frequência? De acordo com Roger Von Oech, autor de *Tenho uma ideia* – livro fantástico para você e para seus filhos –, existem duas razões fundamentais para isso: a primeira é que não é preciso ser criativo para fazer boa parte do que fazemos; a segunda é que a maioria das pessoas mantém uma postura que bloqueia o pensamento ao tentar manter o status quo. Na prática, pensar dá trabalho.

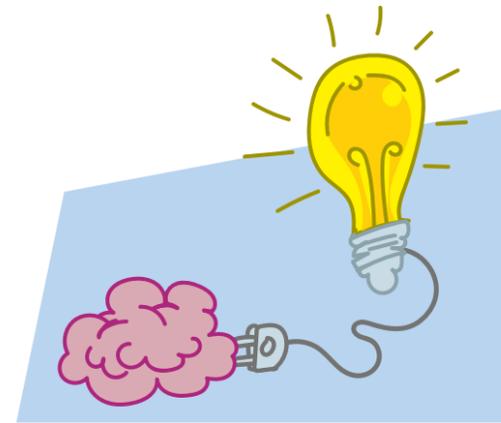
Posturas assim são denominadas bloqueios mentais. Geralmente, surgem com respostas prontas do tipo “isso não tem lógica”, “isso não é da minha área”, “seja prático”, “não seja bobo”, “para que reinventar a roda”, “não brinque com isso” ou ainda a famigerada “siga as normas”.

Walter Isaacson, jornalista e biógrafo de Einstein, assim descreveu a criatividade do

famoso cientista: quando era um jovem estudante, ele nunca teve facilidade para aprender por memorização. Mais tarde, como teórico, conquistou o sucesso, não pela força bruta de seu poder de processamento mental, mas pelo valor de sua imaginação e criatividade. Era capaz de construir equações extremamente complexas, porém, mais importante do que isso, sabia que a matemática é a linguagem que a natureza utiliza para descrever as maravilhas.

Para resolver determinado problema, Einstein recorria ao violino para ajudá-lo. Segundo um amigo, ele costumava tocar violino na cozinha até tarde da noite e im

"Assim como a inteligência, a criatividade do ser humano é tão única quanto a própria impressão digital; portanto, sempre haverá algo que você pode fazer melhor do que os outros."



provisava melodias, enquanto pensava sobre problemas complicados. Então, no meio da música, anunciava com entusiasmo: “Sim, é isso!” A resposta ao problema vinha por inspiração.

Dentro de cada um de nós existe um Einstein, um Copérnico, um Steve Jobs, um Drummond, um Marcos Pontes. Na maioria dos casos, o que não existe é a consciência de

quão inteligente as pessoas são. Assim como a inteligência, a criatividade do ser humano é tão única quanto a própria impressão digital; portanto, sempre haverá algo que você pode fazer melhor do que os outros.

Eu coloquei a minha criatividade para funcionar e decidi passar o resto da vida orientando as pessoas e escrevendo artigos e livros para despertar o potencial criativo existente dentro de cada um que cruzar o meu caminho.

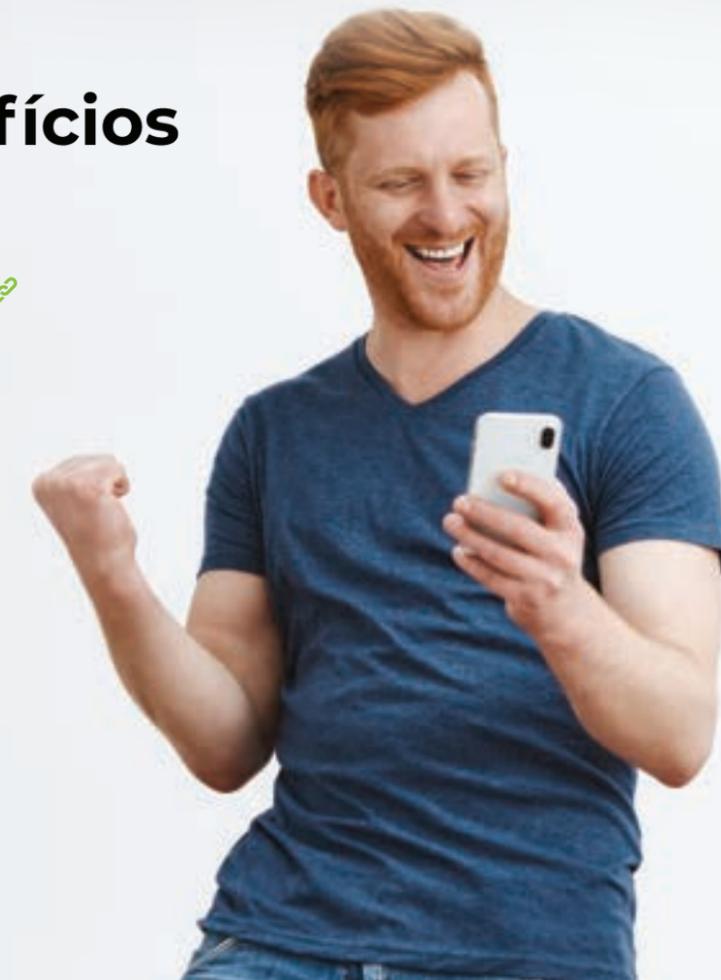
Assim sendo, pegue o seu violino, corra para o quarto ou a cozinha e lembre-se: para ser capaz de exercer a sua criatividade sem limites, você também precisa ser capaz de desaprender o que já sabe.

Gostou? Comente, compartilhe, retribua por todo conhecimento adquirido.

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

O seu Clube de Benefícios na palma da mão!

Acesse: www.clubessindipneus.com.br 



SD
SURVEY
CALDEIRAS

surveycaldeiras.com.br

31 **2523-2359 / 9 9644-0552**

Melhore o desempenho e reduza os custos da sua produção.
Evite multas, interdições e acidentes de trabalho em sua empresa.



Inspecção de segurança e manutenção em caldeiras e vasos de pressão.

Arquivo pessoal



Junio Enes é consultor, palestrante e analista da Unidade de Relacionamento com o Cliente do Sebrae Minas.

EXPERIÊNCIA DO CLIENTE: O QUE VOCÊ TEM FEITO PARA FIDELIZAR O SEU PÚBLICO MAIS ESTRATÉGICO?

Como se diferenciar em um mercado competitivo e atrair a atenção de clientes cada vez mais exigentes e atentos à postura das marcas? No dia 15 de setembro é celebrado o Dia do Cliente, data que, anualmente, estimula uma importante reflexão sobre a importância de implementar estratégias que permitam às empresas atrair clientes e, principalmente, fidelizá-los. Afinal, a sobrevivência de qualquer organização está diretamente ligada à sua capacidade de satisfazer as necessidades de seus clientes. Um exercício que, apesar de básico, não tem sido priorizado por muitas companhias. Reflexo disso são as reclamações crescentes em sites como o “Reclame Aqui”.

Para entender como as empresas podem sair na frente, conquistarem mais espaço no mercado e tornarem-se ainda mais competitivas, conversamos com Junio Enes, que é consultor, palestrante e analista da Unidade de Relacionamento com o Cliente do Sebrae Minas. Ele falou sobre a importância do pós-venda, de ouvir o feedback dos clientes, solucionar seus problemas, entre outras iniciativas essenciais para qualquer negócio, independentemente do porte ou setor. Confira a entrevista!

Search&track/Freepik



COMO AS EMPRESAS - NÃO SÓ AS DE REVENDA DE PNEUS, MAS PRINCIPALMENTE - PODEM SE DESTACAR NA ATRAÇÃO DE CLIENTES?

Para as empresas, incluindo as de revenda de pneus, se destacarem na atração de clientes, algumas estratégias eficazes podem ser colocadas em prática, mas importante ressaltar que cada negócio é único, por isso essas estratégias variam de acordo com o público-alvo e objetivos específicos. Aqui vão algumas sugestões:

Fornecer produtos ou serviços de alta qualidade é fundamental para atrair e manter clientes satisfeitos.

Oferecer um excelente atendimento ao cliente é crucial. Responda rapidamente às perguntas e preocupações dos clientes, esteja disponível em diversos canais e seja cortês e prestativo.

Encontre formas únicas de se diferenciar dos concorrentes. Isso pode ser por meio de uma seleção exclusiva de produtos, serviços personalizados ou ofertas especiais.

Utilize estratégias de marketing direcionadas para alcançar

seu público-alvo. Isso pode incluir marketing nas redes sociais, campanhas de e-mail, publicidade online e offline, entre outros.

Ofereça programas de fidelidade ou recompensas para incentivar os clientes a voltarem. Isso pode incluir descontos, brindes ou pontos que podem ser trocados por benefícios futuros.

Tenha uma presença sólida na internet com um site atrativo e fácil de navegar. Isso ajuda os clientes a encontrarem informações sobre seus produtos e serviços.

Considere colaborar com outras empresas ou participar de eventos relevantes para ampliar sua visibilidade e alcançar novos clientes.

Ouçá os feedbacks dos clientes e use-os para melhorar seus produtos, serviços e processos. Isso mostra que você valoriza a opinião deles.

Esteja atento às últimas tendências e tecnologias. Oferecer soluções inovadoras pode atrair clientes interessados em novidades.

Construa confiança ao ser transparente sobre preços, políticas e processos. A credibilidade é fundamental para atrair clientes.

“

“Clientes satisfeitos tendem a compartilhar experiências positivas com outras pessoas, o que contribui para a construção de uma boa reputação para sua marca”



Arquivo pessoal



E NA FIDELIZAÇÃO? COMO MANTER OS CLIENTES SATISFEITOS?

A fidelização de clientes é crucial para o sucesso a longo prazo de qualquer empresa. Seguem algumas estratégias para manter os clientes satisfeitos e fidelizados:

Lembre-se de que a fidelização é um processo contínuo. Manter a qualidade, a atenção e o comprometimento ao longo do tempo é essencial para deixar os clientes satisfeitos e leais à sua marca.

Trate seus clientes de forma personalizada, lembrando de seus nomes e preferências. Isso faz com que eles se sintam valorizados e especiais.

Mantenha uma comunicação regular com os clientes, seja por e-mail, redes sociais ou outros canais. Mantê-los informados sobre novidades, ofertas e eventos relevantes ajuda a preservar o interesse.

Ouçá atentamente o feedback dos clientes e mostre que

você valoriza suas opiniões. Isso não só melhora seus produtos e serviços, mas também faz com que os clientes se sintam ouvidos.

Certifique-se de que a experiência de compra seja sempre positiva e sem complicações. Isso inclui desde a facilidade de navegação no site até o processo de pagamento. Baseie ofertas e descontos nas preferências de compra dos clientes. Isso demonstra que você os conhece bem e está oferecendo algo relevante para eles.

De vez em quando, surpreenda os clientes com algo extra, como um desconto surpresa ou um brinde inesperado. Isso cria um sentimento positivo em relação à sua empresa.

Se surgir um problema, resolva-o rapidamente e de maneira eficaz. Clientes apreciam quando suas preocupações são tratadas com urgência.

Ofereça aos clientes fidelizados acesso a produtos, serviços ou eventos exclusivos que não estão disponíveis para o público em geral.

Após a compra, entre em contato para verificar se o produto atendeu às expectativas e se há algo mais em que você possa ajudar.

QUAL A IMPORTÂNCIA DO PÓS-VENDA E COMO TORNÁ-LO UM DIFERENCIAL?

O pós-venda é determinante para a construção de relacionamentos duradouros com os clientes e para garantir que eles tenham uma experiência completa e positiva com sua empresa. Ele vai além da simples transação de compra e desempenha um papel fundamental na fidelização e na construção da reputação da sua marca.

Um bom pós-venda demonstra que você se preocupa com a satisfação do cliente a longo prazo, o que aumenta a probabilidade de eles voltarem a fazer negócios com você. Clientes satisfeitos tendem a compartilhar experiências positivas com outras pessoas, o que contribui para a construção de uma boa reputação para sua marca.

O pós-venda é uma oportunidade para coletar feedback dos clientes sobre seus produtos, serviços e processos. Isso ajuda a melhorar continuamente sua oferta.

Um relacionamento estabelecido por meio do pós-venda pode levar a oportunidades de vendas adicionais, como oferecer produtos complementares ou fazer upselling para produtos de maior valor.

Entre em contato após a compra para garantir que o cliente esteja satisfeito e pergunte se há algo mais que você possa fazer por eles.

Esteja pronto para resolver quaisquer problemas que possam surgir após a compra de forma ágil e eficiente.

Ofereça descontos exclusivos ou promoções especiais para clientes que já compraram de você.

Mantenha seus clientes informados e engajados por meio do compartilhamento de conteúdo relevante, como dicas de uso do produto ou atualizações do setor.

De vez em quando, surpreenda os clientes com brindes ou ofertas inesperadas para demonstrar sua apreciação. Incentive os clientes indicarem sua empresa para amigos e familiares, oferecendo recompensas por indicações bem-sucedidas.

Mantenha canais de comunicação abertos para que os clientes possam entrar em contato com facilidade caso tenham dúvidas, problemas ou sugestões.

E QUAL A IMPORTÂNCIA DAS PESQUISAS DE SATISFAÇÃO? HÁ OUTRA FORMA DE MENSURAR O NÍVEL DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE?

As pesquisas de satisfação desempenham um papel fundamental na compreensão do nível de satisfação dos clientes e na identificação de áreas que podem ser melhoradas. No entanto, existem outras formas de mensurar o nível de satisfação do cliente além das pesquisas, como:

Feedback direto: as pesquisas permitem que os clientes forneçam feedback direto sobre suas experiências, destacando o que eles gostaram e o que acham que precisa ser aprimorado.

Identificação de problemas: as pesquisas ajudam a identificar problemas específicos que podem não ser evidentes de outra forma, permitindo que a empresa tome medidas corretivas.

Aprimoramento contínuo: com base nos resultados das pesquisas, as empresas podem fazer ajustes e melhorias em seus produtos, serviços e processos para atender melhor às necessidades dos clientes.

Medição de mudanças: ao conduzir pesquisas periódicas, é possível medir o progresso ao longo do tempo e verificar se as mudanças implementadas tiveram impacto positivo.

Tomada de decisão informada: os dados das pesquisas auxiliam na tomada de decisões estratégicas, orientando o direcionamento de recursos para áreas de maior impacto.

Outras formas de mensurar a satisfação do cliente incluem a análise de dados de comportamento, que consiste em observar o comportamento dos clientes, como taxas de repetição de compra, tempo gasto no site e interações nas redes sociais; o acompanhamento de avaliações online, que prevê monitorar avaliações e comentários em sites de avaliação e redes sociais oferece uma visão sobre a percepção pública da sua marca; a taxa de retenção de clientes, que significa acompanhar quantos clientes continuam a fazer negócios com você ao longo do tempo é um indicador de satisfação; e, por último, o índice de lealdade, que pode ser medido por meio de perguntas como “você recomendaria nossa empresa a outras pessoas?”.

Pesquisas em tempo real também são importantes. Elas podem ser feitas por métodos como chatbots ou pesquisas pop-up para coletar feedback imediatamente após uma interação e proporcionam insights frescos e específicos.

“Seja sincero ao pedir desculpas pelo problema ou pela experiência insatisfatória que o cliente teve. Uma desculpa genuína pode aliviar a frustração do cliente”

Cada método tem suas vantagens e limitações, e a escolha dependerá do seu público, da natureza do negócio e dos recursos disponíveis.

COMO SOLUCIONAR DA MELHOR FORMA AS DORES DE UM CLIENTE QUE NÃO SE SENTIU SATISFEITO COM UM ATENDIMENTO?

Lidar com clientes insatisfeitos é uma parte essencial da gestão de relacionamento com o cliente. Existem algumas etapas que o empresário pode seguir para solucionar da melhor forma as dores de um cliente insatisfeito:

A primeira delas é a escuta com empatia: ouça atentamente o cliente para entender suas preocupações e emoções. Mostre empatia e valide suas experiências, demonstrando



M&C
Comércio de insumos de borrachas

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



PRÓ-SUL

Prest. de Serviço

CONTATOS

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

☎ (11) 3836-8375
📞 (11) 991-360-637

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

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



“Plataformas digitais, como e-mails, redes sociais e chats online, oferecem maneiras eficientes de se comunicar com os clientes e responder a perguntas em tempo real. Isso agiliza a comunicação e a resolução de problemas”

Seja sincero ao pedir desculpas pelo problema ou pela experiência insatisfatória que o cliente teve. Uma desculpa genuína pode aliviar a frustração do cliente.

Tente resolver o problema do cliente o mais rápido possível. Seja proativo e tome medidas para corrigir a situação de maneira eficaz.

Apresente opções para resolver o problema. Pergunte ao cliente o que eles considerariam uma solução adequada e esteja aberto a encontrar uma resolução que funcione para ambos.

Explique como você planeja resolver o problema e qual será o próximo passo. Mantenha o cliente informado sobre o progresso.

Se o problema for significativo, considere oferecer uma compensação, como um desconto, um brinde ou uma oferta especial, para demonstrar seu compromisso com a satisfação do cliente.

Analise o incidente para entender as causas subjacentes e como evitar problemas semelhantes no futuro. Use-o como uma oportunidade de aprendizado para melhorar seus processos.

Se o cliente fornecer sugestões para melhorias, leve-as em consideração e implemente mudanças positivas sempre que possível.

Depois de resolver o problema, entre em contato com o cliente para garantir que ele esteja satisfeito com a resolução e que não haja mais preocupações. Depois, continue a cultivar o relacionamento com o cliente.

Por fim, mantenha-o informado sobre novidades e ofertas especiais para demonstrar que você valoriza a relação.

NO CASO DAS REFORMADORAS DE PNEUS, EM QUE O NEGÓCIO É TAMBÉM B2B (BUSINESS-TO-BUSINESS), OS CUIDADOS PRECISAM SER OS MESMOS PARA ATRAIR E RETER OS CLIENTES?

Mesmo em um cenário B2B, onde o público-alvo são outras empresas, os cuidados para atrair e reter clientes ainda são essenciais. Fornecer qualidade consistente, atendimento personalizado, soluções eficientes e construir relacionamentos sólidos são fatores importantes para manter clientes satisfeitos e garantir a fidelidade deles ao longo do tempo.

As empresas B2B também valorizam a qualidade dos produtos e serviços que adquirem. Garantir que os pneus reformados tenham um alto padrão de qualidade e confiabilidade é fundamental para conquistar a confiança das empresas clientes.

Mesmo no ambiente B2B, o atendimento personalizado é crucial. Conhecer as necessidades individuais de cada cliente, oferecer soluções sob medida e estar disponível para responder a perguntas ou resolver problemas são formas de mostrar que você valoriza o relacionamento.

Empresas B2B muitas vezes buscam parceiros que possam oferecer soluções eficientes e econômicas. Certificar-se de que o processo de reforma de pneus seja eficiente, com prazos de entrega confiáveis, pode atrair a atenção de clientes que buscam otimizar suas operações.

Acompanhar as tendências do setor e adotar tecnologias inovadoras pode ser um diferencial. Se você oferecer métodos de reforma de pneus mais avançados ou sustentáveis do que a concorrência, isso pode ser um ponto de atração.

Manter uma comunicação clara e transparente sobre o pro-

cesso de reforma de pneus, preços e prazos é fundamental. Isso ajuda a construir confiança e reduzir mal-entendidos.

Assim como no B2C, programas de fidelidade ou descontos para clientes recorrentes podem incentivar a retenção. Isso demonstra que você valoriza a parceria contínua.

Esteja aberto a receber feedback dos clientes e a implementar melhorias com base nas suas sugestões. Isso mostra que você está comprometido em evoluir e atender às necessidades em constante mudança das empresas clientes.

Participar de eventos do setor, conferências e grupos de networking pode ajudar a estabelecer relacionamentos com empresas que poderiam se tornar clientes. A construção de conexões pessoais é valiosa mesmo no cenário B2B.

Este nicho envolve fornecer qualidade, atendimento personalizado, eficiência, inovação e transparência, além de criar um ambiente de confiança e colaboração. Isso ajuda a construir relacionamentos duradouros e bem-sucedidos com as empresas clientes.

QUAL A IMPORTÂNCIA DE ESSAS EMPRESAS SE MANTEREM ATIVAS NO AMBIENTE DIGITAL?

Manter uma presença ativa no ambiente digital é crucial para as reformadoras de pneus, mesmo no cenário B2B. Ter uma presença online permite que as reformadoras de pneus sejam encontradas facilmente por empresas que estão em busca de seus serviços. Isso aumenta a visibilidade e acessibilidade da empresa, permitindo que ela alcance um público mais amplo.

Um site bem projetado e informativo pode fornecer detalhes sobre os serviços oferecidos, métodos de reforma de pneus, tecnologias utilizadas e muito mais. Isso ajuda a construir confiança com os clientes ao fornecer informações transparentes sobre os processos da empresa.

Uma presença online permite que as empresas atraiam leads e potenciais clientes por meio de estratégias de marketing digital, como SEO (otimização para mecanismos de busca), mídias sociais e marketing de conteúdo. Isso pode gerar novas oportunidades de negócios.

Plataformas digitais, como e-mails, redes sociais e chats online, oferecem maneiras eficientes de se comunicar com os clientes e responder a perguntas em tempo real. Isso agiliza a comunicação e a resolução de problemas.

No ambiente digital, as empresas podem destacar suas vantagens competitivas e diferenciais, como tecnologias de reforma exclusivas, processos sustentáveis ou certificações de qualidade. Isso ajuda a se destacar da concorrência.

As ferramentas digitais permitem o acompanhamento do comportamento do cliente, como quais páginas eles visitam, quanto tempo permanecem no site, etc. Essas informações podem ser usadas para ajustar estratégias e melhorar a experiência do usuário.

O ambiente digital permite que as empresas alcancem clientes em todo o mundo, expandindo suas oportunidades de negócios para além das fronteiras geográficas. Por meio do marketing de conteúdo, as empresas podem educar o público sobre a reforma de pneus, os benefícios ambientais, a economia de recursos e muito mais. Isso ajuda a criar consciência e interesse no mercado. A presença ativa no ambiente digital oferece uma série de benefícios, desde o aumento da visibilidade até a geração de leads e a construção de relacionamentos com os clientes. As empresas que se adaptam ao cenário digital estão melhor posicionadas para atender às expectativas das empresas B2B e se manterem relevantes no mercado.

E QUAIS OS RISCOS DESSA EXPOSIÇÃO NO AMBIENTE DIGITAL?

A exposição no ambiente digital traz consigo certos riscos que as revendas de pneus e outras empresas B2B devem estar cientes e tomar medidas para mitigar.

Para controlar ou diminuir os riscos, é essencial implementar estratégias de segurança cibernética, gerenciar ativamente a reputação online, adotar políticas claras de privacidade, monitorar a concorrência, proteger a propriedade intelectual e ter planos de contingência em vigor para lidar com crises online. Uma abordagem equilibrada que aproveita os benefícios do ambiente digital, ao mesmo tempo em que se protege contra riscos potenciais, é fundamental para o sucesso a longo prazo das revendas de pneus no cenário B2B.

IMPROVISOS

Nas minhas primeiras colaborações para a Pneus & Cia. comentei sobre a importância de investir no treinamento do borracheiro (edição 4) e nos equipamentos e instalações da borracharia (edição 5). Nas duas ocasiões, tratei do assunto citando como deveriam ser as instalações adequadas e os equipamentos corretos a utilizar. Mas, lamentavelmente, o mais comum de vermos por aí são os improvisos, as adaptações, o famoso jeitinho brasileiro.

Esse tal jeitinho tem aspectos positivos. Demonstra a iniciativa e a criatividade que o brasileiro tem, seu empreendedorismo, sua capacidade de se adaptar, de procurar alternativas. Mas passa a ser negativo quando essas improvisações têm resultados negativos e, pior ainda, quando colocam vidas em risco. Sim, porque um pneu mal montado ou uma roda mal fixada podem, na melhor das hipóteses, causar danos aos pneus e os consequentes prejuízos ao transportador ou dono do pneu. E, nos piores casos, acidentes durante a viagem. E aquele borracheiro que lá atrás improvisou, se torna responsável pela morte que ele mesmo causou, mesmo que involuntariamente.

O mais triste nessa história é que essas situações são as mesmas, seja na borracharia da esquina ou de beira de estrada e também nas das frotas. É raro encontrar uma empresa que dê o valor devido e necessário às práticas corretas.

Mas vamos lá, aos casos. São todas situações reais que já presenciei.

► **Cortar o talão de pneu sem câmara para montar em roda com câmara:** Para começar, qualquer alteração nos talões, inclusive consertos, são proibidos pela norma NBR NM 225 da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas). Comete-se esse crime com os pneus para que os talões, que no caso dos pneus sem câmara possuem a extremidade – também chamada de unha – inclinada, possam ser assentados no flange do aro de uma roda com câmara, em que a superfície é plana na região de contato com o talão. Eu não consigo entender a lógica dessa adaptação. Um pneu sem câmara é mais caro que outro, com câmara. Para o transportador, sai mais barato comprar o pneu correto. Pneus com os talões cortados devem ser recusados para reforma, como determinado na norma acima citada.



► **Soldar o rasgo da válvula para montar pneus sem câmara numa roda de pneu com câmara:** É um absurdo enorme. O peso do pedaço de metal utilizado para tampar o rasgo da válvula mais a solda empregada geram um acréscimo de peso localizado que balanceamento algum será capaz de resolver. Com isso, além de os pneus irem mais cedo para a sucata por causa dos desgastes irregulares que irão sofrer, todo o sistema de suspensão do veículo será comprometido devido às enormes vibrações transferidas pelo conjunto pneu/roda para os componentes mecânicos.

► **Colocar gasolina no interior de pneus sem câmara e atear fogo para montar:** Além do risco iminente de acidente com o borracheiro e qualquer outra pessoa que esteja por perto, o calor gerado na explosão resseca a borracha. Como se sabe, a resistência a solventes da borracha que serve para fazer pneus é zero. Ao colocar gasolina no interior do pneu, a borracha do liner será contaminada e começa a se degradar. Um assenta-

dor de talões custa em torno de R\$ 500,00. Se acha caro, use um anel de borracha para vedação do talão e do flange do aro.

► **Lubrificar os talões com vaselina, sabão ou outros materiais:** Só existem dois produtos corretos e adequa-

dos para passar nos talões: pasta de montagem (de base vegetal) e grafite. A pasta é feita a base de óleo vegetal ao qual é adicionado um produto emulsificante que inibe a ação do óleo sobre a borracha e torna o produto obtido solúvel em água.

► **Usar óleo de soja ou outro no lugar da pasta, nem pensar. Isso é muito comum em locais onde se faz o esmagamento de grãos para fabricar óleo de cozinha. Aliás, nada mais fácil:** o borracheiro pega óleo com balde, à vontade. Mas o óleo, da forma como está, tem o mesmo efeito da vaselina que, sendo um derivado de petróleo, ataca a borracha dos talões. Num primeiro momento, a borracha amolece e, depois, começa a ressecar.

E cuidado com algumas enganações por aí. Leia sempre a composição descrita na embalagem. Tem quem venda vaselina dizendo que é pasta de montagem, assim como tem muito comprador que pede vaselina porque custa menos que a pasta. Para saber a diferença e comprar o produto correto, é fácil: coloque um pouco na palma e esfregue as mãos. Depois lave na água corrente. Se dissolver e sair, é pasta. Se as mãos ficarem engorduradas, é vaselina. Não se deixe enganar por conversa de vendedor nem por rótulos de embalagem.

Numa frota no interior de São Paulo era constante o arrancamento de um pedaço da borracha do talão. Quando estivemos lá e vimos que na oficina havia um balde de pasta de montagem, pedimos ao borracheiro para desmontar como fazia normalmente. Ele pegou uma garrafa plástica com água e sabão e que tinha um furo na tampa, e de pé mesmo espirrou a mistura por toda a volta do talão. Desmontou usando ferramentas adequadas e quando o pneu saiu da roda, lá estava um pedaço do talão arrancado. Para montar, aplicou pasta nos flanges da roda e montou normalmente. Pegamos um segundo conjunto de pneu e roda, aplicamos pasta na área entre talão e roda e pedimos que desmontasse. Resultado: saiu com facilidade e sem nenhum dano. Quando perguntamos a razão de usar o sabão na desmontagem, respondeu que era porque

“Usando a ferramenta adequada, tanto a desmontagem quanto a montagem serão fáceis e rápidas de serem feitas e sem causar danos a nenhum componente.

Admite-se no máximo o uso de um martelo de madeira ou borracha”

não precisava se abaixar para aplicar, ao contrário da pasta. O borracheiro sempre teve os materiais e as condições para fazer da forma correta. O que não tinha era informação e supervisão, pois a empresa permitia que adotasse uma prática incorreta.

► **Usar prancha com graxa para remover o rodado duplo:** Poucos dias atrás vi numa frota um balde de 18 litros de graxa, comprado só para essa finalidade. Assim como a vaselina ataca o talão, a graxa acaba com a banda de rodagem na área em que houve o contato, amolecendo a borracha. Depois, durante o uso, ao rodar pelo asfalto, aquela região vai se desgastar mais rapidamente e de tal forma que o conjunto pneu e roda começa a vibrar, resultando em desgaste irregular por toda a circunferência do pneu. Digo sempre que, se eventualmente a empresa tem mecânicos em seu quadro, um dia em sua vida eles já trocaram rolamentos. É só pegar quatro deles e fazer um carrinho para retirar o duplo, facilitando seu trabalho sem condenar os pneus. A mesma norma ABNT citada acima determina que pneus contaminados por derivados de petróleo não podem ser reformados e devem ser recusados.

► **Uso de marreta ou picareta para montar e desmontar pneus:** Um bom jogo de ferramentas adequadas para fazer esse trabalho custa em torno de R\$800,00, e um kit completo, que, além das chaves, possui destalonador e assentador de talões, não chega a R\$1.500,00. Se for responsável com a segurança adicione uma gaiola de segurança e chegará a R\$ 2.300,00. Se achou caro, lembre-se de que esse investimento será feito uma única vez e utilizado em todos os pneus.

Usando a ferramenta adequada, tanto a desmontagem quanto a montagem serão fáceis e rápidas de serem feitas e sem causar danos a nenhum componente. Admite-se no máximo o uso de um martelo de madeira ou borracha. A pancada sofrida pelo pneu ao usar uma marreta ou uma picareta pode causar danos na sua estrutura, e, por acontecerem nas camadas internas, não serão visíveis. À medida que o pneu rodar pode ocorrer uma separação entre as camadas de lonas, e o pneu acaba estourando no caminho. E tem mais: picareta é ferramenta de borracheiro picareta.

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

COMO FAZER UMA “FAXINA” NA SUA MENTE? 5 DICAS SIMPLES PARA FICAR MAIS LEVE!



Renove sua vida com 5 dicas simples e eficientes: limpeza mental, detox digital e organização.

Independentemente de se tratar da mente ou da casa, não é recomendável realizar uma grande transformação de uma só vez. Abordar as mudanças de forma gradual é muito mais eficaz e sustentável para o bem-estar geral.

Por isso separamos algumas dicas importantes para você dar os próximos passos.

5 dicas de como fazer uma limpeza na sua mente e na sua vida. Apresentamos algumas dicas fáceis e divertidas para fazer uma “faxina” na sua vida de maneira prática e em pequenos passos. Vamos começar?



CUIDE DA SUA MENTALIDADE

Elimine pensamentos negativos que não lhe servem. Aprenda a focar no que está dando certo em sua vida, em vez de apenas se preocupar

com o que não está. Também é importante estar presente no momento, em vez de se preocupar com o futuro ou remoer o passado.

Faça um “brain dump” diário, anotando seus afazeres, preocupações e pensamentos em papel, para ajudar a esvaziar a mente e se organizar.



REVEJA SUAS PRIORIDADES

Após os anos turbulentos que passamos, reflita sobre o que aprendeu e o que deseja manter ou deixar para trás. Identifique suas prioridades (valores, ambições, interesses) e permita que elas direcionem suas ações e metas diariamente. Isso ajudará a manter-se alinhado com o que é verdadeiramente importante para você.

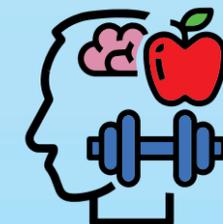
documentação ou até mesmo gavetas de roupas. Frequentemente, há pelo menos uma área que pode ser aprimorada. Defina um tempo para se dedicar à organização, como dez minutos diários ou uma hora semanal, por exemplo.



FAÇA UMA DESINTOXICAÇÃO DIGITAL

Passe um dia da semana ou um período mais curto sem contato com as telas para dar espaço à criatividade e às ideias. Isso

pode incluir ficar sem televisão, smartphone e computador por algumas horas, ajudando a reduzir a exposição à tecnologia e promover o pensamento criativo e a conexão consigo mesmo e com os outros ao seu redor.



MANTENHA HÁBITOS SAUDÁVEIS

Registre seu nível de energia e bem-estar durante as atividades diárias. Faça mais do que traz energia positiva, como atividades ao ar livre ou hobbies, e

menos do que drena suas forças.

Crie hábitos saudáveis intencionalmente, sabendo o porquê de suas escolhas e usando essa motivação para se manter firme nos objetivos traçados. Por exemplo, estabeleça um tempo diário para se alongar ou praticar exercícios físicos, para aumentar a flexibilidade e prevenir possíveis lesões.



ORGANIZE SEU AMBIENTE

Identifique áreas da sua vida que precisam de mais organização, como e-mails, finanças,

Artigo originalmente publicado em: <https://lemundo.com.br/como-fazer-uma-faxina-na-sua-mente-5-dicas-simples-para-ficar-mais-leve/>

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



■ **PONTUAL RECAPAGEM DE PNEUS EIRELI**
BAIRRO BOCA DA MATA DE CIMA - TEL.: 37 - 3351-5170

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. PRESIDENTE TANCREDO NEVES, 3137 - TEL.: (31) 3772-2869

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



■ **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

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



■ **RECAPAGEM SANTA HELENA**

AV. WILSON TAVARES RIBEIRO, 835 - TEL.: (31) 3394-8869



■ **RECAPE PNEUS LTDA.**

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

■ **SIGAMAX PNEUS**

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

DIVINÓPOLIS



■ **RENOVADORA SEGURANÇA LTDA.**

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



■ **PNEUMAC**
m 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

■ **RECBOM 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

■ **RECAPAGEM BQ LTDA.**
EMPRESARIAL PARK SUL - TEL.: (32) 8415-7292

MONTES CLAROS



■ **PNEUS E RECAPAGEM SANTA HELENA**
CENTRO - TEL.: (38) 3213-9803
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

■ **RECBOM 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



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

SÃO JOAQUIM DE BICAS



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

SETE LAGOAS



■ **MINAS PNEUS LTDA.**
BAIRRO CANAÃ TEL.: (31) 2107-0200

■ **RE CAPAGEM CASTELO LTDA.**
UNIVERSITÁRIO - TEL.: (31) 3773-9099



■ **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



■ **SEP RECAPAGEM**
PROGRESSO - (31) 3774.3109 / (31) 99998.8908

TEÓFILO OTONI



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



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

BLITZ PNEUS



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



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

TIMÓTEO



■ **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

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

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

UBERABA



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

UBERLÂNDIA

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



■ **PNEUS SANTA HELENA - E RECAPAGEM**
CUSTÓDIO PEREIRA - TEL.: (34) 3213-1177
DANIEL FONSECA - TEL.: (34) 3236-1177
DIST. INDUSTRIAL - TEL.: (34) 3230-2300
DIST. INDUSTRIAL (RECAP) - TEL.: (34) 3230-2331

■ **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



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

Mercado consumidor



DUM
www.dumilustrador.blogspot.com

GEBOR

GIZ ECOLÓGICO



rot



C4 SII



C4 - 25



C 115-25 SII



C II



CS 115-25

CONHEÇA MAIS SOBRE A GEBOR
E NOSSOS PRODUTOS:

 [geboroficial](#)



IMPORTADOS



ENGATE E PINO
COM RETENÇÃO



CONJUNTO
B&J TURBO



FRESAS

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

 gebor.com.br | gebor@gebor.com.br |   