



DOSSIER



Encontros do Aftermarket. O percurso da peça

Há quem fabrique, quem represente, quem compre por atacado, quem distribua e quem entregue, já montado, ao cliente final. Longo é o percurso da peça e daí o nosso interesse em saber de que forma cada agente justifica o seu contributo em cada etapa do caminho, até porque quantos mais intervenientes, maior é o preço final ou menores são as margens. Em mais um encontro temático da TURBO OFICINA, convidámos seis empresas para um pequeno-almoço com o único objetivo de conversar sobre o setor, analisar o presente e traçar o futuro. O resultado dessa conversa está nas páginas que se seguem.

TEXTO ANDRÉ BETTENCOURT RODRIGUES FOTOS JOSÉ BISPO



Depois da formação e do software, o terceiro encontro temático da TURBO OFICINA centrou-se num elemento essencial do aftermarket: a peça. E para dar corpo a mais um espaço de reflexão informal, promovido também para comemorar o 3.º aniversário da revista, convidámos seis empresas que, no fundo, representam a maioria dos caminhos percorridos pela peça até ao momento em que finalmente é colocada no veículo do consumidor final. Do fabricante (TRW) para o grossista, e deste para o retalhista (NPEÇAS) e para a oficina (AUTOJOFER), longo e complexo é o circuito. Mas para que ele se concretize é ainda necessário um transportador (CARF) que assegure a entrega e recolha dos componentes, bem como sistemas informáticos (S4YB e TRK) que cataloguem todas as referências de modo a que estas possam ser consultadas e encomendadas pelos diversos agentes. O elo de ligação entre todos? A peça, obviamente. Daí a sua importância.

Uma cadeia de acontecimentos tão grande necessita obviamente da “cooperação” de todos os elementos, a começar pelo fabricante. Sem este a peça não existe fisicamente, mas

sem os outros ela também não chegaria ao fim da cadeia, excetuando casos muito específicos em que um fabricante tenha também uma grande participação nas restantes áreas de negócio, oficinas incluídas. Qual, então, a mais-valia que cada um dos agentes traz para o setor? Pedro Diaz, da TRW, afirma que, como “entidade que desenha a peça”, a sua empresa acrescenta valor “ao ter contacto com um construtor automóvel, que por sua vez solicita um determinado componente, hoje mais à base de sistemas do que propriamente componentes. No fundo, o que fazemos é desenhar sistemas que funcionem segundo os requisitos dos construtores automóveis. Além do desenho e do fabrico, temos também que os fazer chegar ao mercado de primeiro equipamento e depois ter soluções para o mercado independente.” Pedro acrescenta que, de modo a assegurarem a sua continuidade, os fabricantes têm “logicamente de estar em constante desenvolvimento, acompanhando a tecnologia desenvolvida por outros e tentando inovar e criar novos sistemas que satisfaçam as necessidades dos construtores de automóveis, mesmo que esses sistemas não tenham sido requisitados por eles. A iniciativa,

muitas vezes, parte do nosso lado e não do lado da marca automóvel em si”, refere. “Muitos dos sistemas que são vistos nas marcas de automóveis são sistemas não inventados por eles e sim pelos fabricantes de peças, que por sua vez os apresentam aos construtores de automóveis”. O responsável considera ainda que “toda a cadeia que acrescente valor é essencial para o fabricante” e que ele não se pode limitar a fabricar e disponibilizar a peça. “A oficina, o distribuidor, a casa de peças, o software de identificação — tudo é importante para o fabricante da peça”, reforça, para depois acrescentar que a TRW, “além de ser acionista do TecDoc”, também contribui para a identificação da peça ao “disponibilizar informação” para que o TecDoc possa criar uma base de dados enorme e cruzar dados não só com os vários fabricantes, mas também com a origem. “Não é o TecDoc que cria a informação, os fabricantes é que a criam e por sua vez a disponibilizam ao TecDoc. Claro que o TecDoc tem a função de agrupar tudo. Mas não é só o software. Toda a cadeia acrescenta valor”, indica, admitindo também que este é um processo constantemente monitorizado pela sua empresa. “Controlamos o processo no sentido em que estamos atentos. Verificamos se existem problemas para as oficinas montarem e instalarem corretamente as peças. Ou se a peça chega repetidamente em mau estado por questões de transporte. Neste caso procuramos logicamente intervir, seja com alterações na embalagem, seja com o contacto direto com a transportadora para perceber se existe alguma coisa que tenhamos de mudar. Para nós é muito importante identificar corretamente, fazer chegar, montar rápido e assegurarmo-nos de que o cliente final tem o serviço que pretende o mais rápido possível”.

Do lado da CARF, Paulo Carvalho indica que a função do transportador passa por “fazer com que os produtos que são desenvolvidos cheguem a tempo a quem se destinam”, salientando que o seu papel é encurtar distâncias: “Tornámo-nos especializados pelo conhecimento que tínhamos deste mercado, apostando na logística e sabendo das dificuldades que existiam para fazer chegar ao destino as peças que não fossem pelos meios próprios dos fabricantes. Para nós o que interessa é que a peça chegue em tempo útil à oficina. Conseguimos ser também o barómetro do mercado porque mexemos com todas as peças”, salienta o sócio-gerente. Já Luís Miguel Santos, da S4YB, afirma que o sistema construído pela sua empresa é baseado no software TecDoc, acrescentando valor ao “identificar corretamente” a peça: “O sistema em si vai contribuir para tratar a informação de uma maneira rápida e eficaz.” Um ponto de vista semelhante é apresentado

por Hugo Baptista, da TRK, com o consultor a afirmar que o contributo da sua empresa é a disponibilização da informação em tempo útil e real: “O nosso catálogo permite que as oficinas consultem não só o preço da peça original, como todas as alternativas que existem no mercado.”

A visão do retalhista, o penúltimo elo da cadeia, é empregue por João Marques, da NPEÇAS: “Mais do que acrescentar valor no preço, somos uma empresa que trabalha serviços. Consideramo-nos mais uma empresa de serviços através da identificação correta das peças com todos os softwares que existem no mercado do que uma empresa de peças. Temos os nossos próprios meios para fazer chegar a peça o mais rapidamente aos nossos clientes, acrescentando valor na logística, e apostamos muito na formação própria e no apoio técnico para garantir que os nossos clientes estão sempre a par das novidades”, adianta. A completar o circuito está João Nunes, sócio-gerente da oficina AUTOJOFER, que afirma que o primeiro ponto da sua proposta de valor passa pela “correta identificação do veículo”, fundamental para tudo o que acontece de seguida: “Por vezes o erro começa aí: a cavalagem, o ano do veículo, a motorização; às vezes é o suficiente para andarmos com a logística a funcionar para trás e para a frente com peças a serem trocadas sem necessidade. Portanto, nós começamos desde logo por identificar o veículo corretamente, temos também o equipamento necessário para conseguirmos fazer uma identificação correta da peça e quando a pedimos já o fazemos com base na referência, saindo, por norma, já identificada das nossas instalações. Depois, temos também uma função importante que é aplicar a peça com qualidade. A peça pode ser muito boa, mas se não for aplicada com qualidade, com técnicos formados e em constante formação para se irem adaptando às novas tecnologias, deixa de ter a função relevante que tem. Tem de ser aplicada com qualidade, com técnicos, ferramentas e equipamentos adequados e especializados.” Todos estão de acordo num ponto: nada se consegue sem a correta identificação da peça. Daí a importância de empresas como a S4YB, que oferece uma aplicação integrada da encomenda à faturação para empresas B2B, ou seja, “da loja para a oficina”, afirma Luís Miguel Santos, recém-chegado a este setor, mas já com uma noção clara de que havia esta necessidade de criar ferramentas à medida das empresas. Assim se vê que as relações humanas continuam a ser parte integral deste negócio, ao contrário do que muitos acreditam. Uma posição defendida por Hugo Baptista, da TRK: “Poderia pensar-se que intervimos apenas no desenvolvimento da plataforma, mas nós temos o fator humano.



Muitas vezes as pessoas acham que os automatismos informáticos conseguem fazer tudo, mas penso que este é um setor onde o atendimento é muitíssimo importante. E pegando no exemplo da TRW, que é um fabricante de excelência, quer a nível da matéria-prima, quer a nível da informação, na maioria das vezes a informação que está disponibilizada no TecDoc pode ser complementada com informação do próprio site da TRW, que tem mais dados técnicos sobre a peça. O grupo de pessoas que está por trás a dar apoio às oficinas na identificação correta das peças, a dar dicas na instalação e a explicar as características de um componente e o motivo para a melhor opção ser de uma marca em detrimento de outra faz toda a diferença. É vital. Portanto, não é só a plataforma em si, mas também os quadros humanos que estão a suportar a ferramenta. Na TRK ajudamos as oficinas para que não haja falhas na identificação. Esta é primeiramente feita por nós, recorrendo ao TecDoc, e depois aos softwares das marcas e também aos EPC’s dos construtores de automóveis para que o processo esteja isento de falhas. Tendo uma boa identificação da peça, quando vamos fazer a seleção da marca do componente tudo se torna mais fácil, embora tenhamos sempre uma média de três a quatro opções distintas. Estamos muito focados para a colisão, que

sai do conceito tradicional de peça. É um tipo de peça que tem menos alternativas no mercado. Quando entramos no ramo mecânico o número de referências dispara consideravelmente.”

MUDANÇAS NO TRANSPORTE

Já percebemos que sem identificação nada se consegue, mas o mesmo pode ser dito do transporte. Existem empresas neste circuito da peça que só conseguem subsistir graças ao contributo de estruturas como a CAREF, que garantem a recolha e entrega da peça aos seus clientes. Mas há também quem opte por ter logística própria — uma opção com mais custos, mas que também ajuda a fidelizar clientes quando se é um retalhista que trabalha numa área mais restrita. A defender as cores do primeiro, Paulo Carvalho diz que o seu trabalho passa por “assegurar que tudo funciona corretamente, despreocupando todos os players da distribuição — aquilo que também absorve muito tempo numa estrutura.” Mas para manter a clientela é também preciso perceber o que se espera deste tipo de empresas, procurando corresponder a oferta às exigências dos clientes: “Nós hoje fazemos duas entregas por dia para o Algarve a partir de Lisboa. Há dois anos isto não acontecia. É evidente que eu acho que conseguimos potenciar para algumas



empresas áreas que elas pensavam que não era possível lá chegarem. Conseguimo-lo pela simples razão de todos competirem com todos, independentemente da distância. Temos a nossa quota parte, porque também precisamos de empresas com visão e que não se queiram confinar a apenas uma zona



“A OFICINA, O DISTRIBUIDOR, A CASA DE PEÇAS, O SOFTWARE DE IDENTIFICAÇÃO – TUDO É IMPORTANTE PARA O FABRICANTE DA PEÇA”

PEDRO DIAZ, TRW

do mercado”, refere, salientando, por outro lado, que por vezes é necessário perder algum dinheiro para angariar mais clientela: “O que nós fazemos ao valor que fazemos é quase impensável, ainda por cima com duas entregas por dia.” Já João Marques, da NPEÇAS, afirma que ter logística própria é muito importante para o seu negócio: “Quando se trabalha num grande centro urbano com muitos players é muito importante sermos capazes de nos diferenciarmos. Quanto mais rápidos formos a responder aos pedidos das oficinas, mais vantagem temos sobre a nossa concorrência. Se for necessário fazemos oito a dez entregas por dia a um cliente, seja com carros nossos, seja com serviços subcontratados, de modo a corresponder e a superar as suas necessidades. A logística é um dos principais custos que temos, mas é um fator incontornável do nosso negócio e na área onde atuamos. Nós queremos estar dentro da casa dos clientes e não que eles estejam no nosso espaço físico. Hoje cada vez mais as casas de peças são casas de stock das oficinas, porque estas cada vez têm menos peças e os carros têm cada vez mais referências.”

Embora essa não seja a tendência do mercado, João Nunes, gerente da AUTOJOFER, afirma que a sua empresa não deixou “de fazer stock” porque hoje “o cliente quer chegar à oficina e esperar o mínimo possível”. Diz ainda que



CONTACTOS

AUTOJOFER - João Nunes

jnunes@autojofer.pt / 214 328 332

CARF - Paulo Carvalho

paulocarvalho@carfnet.com / 219 809 640

NPEÇAS - João Marques

joao.marques@npecas.com.pt / 215 908 200

S4YB - Luís Miguel Santos

luis.santos@solutions4yb.com / 913 776 560

TRK - Hugo Baptista

hbaptista@trkconsultores.pt / 210 326 016

TRW - Pedro Diaz

pedro.diaz@trw.com / 214 228 341

“não tem lógica ele estar à espera uma ou duas horas para mudar um óleo ou um filtro” e que a sua empresa ainda tem “cerca de 100 mil euros de peças em stock”, desde “filtros, pastilhas, discos, bombas de água ou rolamentos”. Um bom exemplo de que a existência de peças em stock pode também ser uma vantagem competitiva. Afinal, “a casa de peças tem de ter a mobilidade para nos entregar a peça e nós temos que ter a alternativa de mobilidade para a ir buscar”, diz João Nunes. “Hoje existem transportadoras que funcionam muito bem, com horas quase sagradas, mas se nós queremos fazer a diferença temos que ter uma oferta condizente das suas necessidades, fruto também do conhecimento que temos do cliente e do parque automóvel que reparamos. Ou seja, um esforço da nossa parte em ter alguma stockagem que nos permita diferenciar face à concorrência.” No entanto, alerta que “o que hoje é verdade amanhã é mentira” e que o mercado começa a ser afetado por um “fenómeno estranho”: o cliente chegar à oficina já com a peça e pedir para que esta seja montada na sua viatura. “Compra-a numa plataforma qualquer na internet.” João Nunes acredita assim que o mercado de peças está em “completa transformação” e que a peça, neste momento, é adquirida com grande facilidade: “Acho que a facilidade é tão grande que são vendidas peças que deviam ter algum cuidado. Pela segurança do veículo e das pessoas não deveria ser consumada da forma como é, inclusive pelas lojas de peças. Um jogo de pastilhas, por exemplo, não devia ser vendido a qualquer pessoa. Já tive casos de viaturas com pastilhas montadas por um vizinho com o ferro para lá do disco — situações que são inconcebíveis. As viaturas modernas vêm equipadas com sistemas de travagem que exigem equipamentos eletrónicos de modo a conseguirmos abrir e fechar bombas, e programar todo o sistema de travagem de



“AO IDENTIFICAR CORRETAMENTE A PEÇA, O SISTEMA EM SI VAI CONTRIBUIR PARA TRATAR A INFORMAÇÃO DE UMA MANEIRA RÁPIDA E EFICAZ”

LUÍS MIGUEL SANTOS, S4YB

maneira a que o veículo mantenha o mesmo desempenho ao nível da segurança do circuito de travagem. Penso que deveria haver alguma regulamentação deste tipo de negócio, até pela parte ambiental. Não tem lógica nenhuma uma pessoa comprar um óleo e depois colocar o velho no lixo porque não há obrigatoriedade da reciclagem do mesmo, enquanto nas oficinas eu sou forçado a fazê-lo.”

CADEIA DE DISTRIBUIÇÃO

A entrada de novos agentes significa que a cadeia de distribuição está “nitidamente” alterada, diz Luís Miguel Santos, da S4YB. “Agora há um conceito em que se aluga a oficina e o cliente monta a peça. Não faz sentido. Penso que o setor atual é um sistema muito complexo, com muita oficina a fazer uma coisa, outras outra, com diferentes modos de funcionamento, uns a trabalharem muito bem e outros a trabalharem muito mal. É muito complicado.” Luís Miguel Santos afirma que a sua empresa representa “mais uma ajuda” na identificação da peça e que pode contribuir para a fidelização de clientes para as oficinas. “Neste momento estamos a dar a aplicação à loja para a oficina, traduzindo-se num processo mais rápido. A oficina deixa de ter que ligar para a casa de peças. Automaticamente faz a sua encomenda e as coisas vão-lhe lá parar.” Pedro Diaz, da TRW, não acredita que existam empresas a mais: “Acredito que é sempre o consumidor final a ditar o que acontece para trás em toda a cadeia. Hoje o consumidor final não está disposto a esperar dias a fio para que a sua viatura seja reparada, fazendo com que a oficina tivesse outro tipo de serviços. Por um lado, stock. Por outro, ter soluções para rapidamente ter a peça disponível para ser aplicada e acelerar processos, o que por sua vez gerou mais

fluxo de transporte. Ou seja, é necessário a peça mais rápido, em horários mais curtos. Continuo a acreditar que a casa de peças tem uma grande importância na componente humana, na proximidade, acrescentando valor à oficina. Mais uma vez, teve que se adaptar à realidade, aumentando o seu stock e tendo outro tipo de ferramentas para a identificação. Mas as outras plataformas fizeram o mesmo, porque o próprio parque automóvel evoluiu muito nos últimos anos. Até o fabricante da peça. Provavelmente há quinze anos tínhamos um nível de stock diferente do que temos hoje. Não passa tanto pela quantidade, mas pela diversidade.” O gestor da TRW vai mais longe, afirmando que “se os operadores existem é porque têm espaço para funcionar.” A qualidade do seu trabalho está longe de ser homogénea, mas Pedro Diaz acredita que o próprio mercado das peças se tem vindo a auto-regular: “Existem várias soluções, mas nem todos apresentam a mesma qualidade e assertividade, daí que uns permaneçam e prosperem enquanto outros fecham as portas. A internet é um caso sensível, mas acho que, ainda assim, a compra da peça na internet não funciona da mesma forma como quando vamos comprar uma televisão, um secador ou outro equipamento doméstico comum. Apesar de haver uma grande procura pelo preço mais barato, penso que a componente técnica das peças automóveis irá, de alguma forma, travar essa procura que temos na internet. A tecnologia é complicada e penso que o próprio consumidor percebe o que está em causa quando se trata de segurança.”



“A INTERNET É UM CASO SENSÍVEL, MAS A TECNOLOGIA É COMPLICADA E PENSO QUE O CONSUMIDOR PERCEBE O QUE ESTÁ EM CAUSA QUANDO SE TRATA DE SEGURANÇA”

HUGO BAPTISTA, TRK



Hugo Baptista, da TRK, culpa a falta de regulamentação do setor: “Infelizmente, devido a más práticas de alguns agentes, penso que é cada vez mais profícua a comercialização de peças de má qualidade, colocando em causa plataformas online como a nossa, que primam pela qualidade e selecionam criteriosamente os seus parceiros. Aponto também o dedo a algumas oficinas, que preferem ganhar margem oferecendo uma peça de má qualidade. Não há uma entidade que regule eficazmente as oficinas e até para a profissionalização do setor essa situação acaba por ser negativa. Culpo a falta de regulamentação. Devia haver uma união dos operadores na criação de entraves à entrada de certas coisas no mercado. Qualquer pessoa vai à Amazon e compra um disco de travão a dez dólares”.

Com o ponto de vista do retalho, João Marques, da NPEÇAS, acredita que estamos a sentir em Portugal o que já acontece em Espanha, França e Alemanha, países onde “a internet” é uma realidade “há muito tempo”. O mesmo acontece com o mercado B2C e B2B: “Vemos os importadores a quererem entrar cada vez mais no B2C, ou seja, a quererem vender mais às oficinas, o que é uma opção e existe espaço para isso, enquanto outros dedicam-se mais ao B2B. Depois temos aqui dois players — as oficinas e os retalhistas — que se querem gerir neste meio. Além disso, ainda levamos com a internet que, para já, não é um mercado que assuste. Em Portugal é o que vende os óleos, as baterias e pouco mais.



Nas oficinas é que começamos a sentir cada vez mais oferta e variedade, e aí os retalhistas sentem um maior impacto. Temos que tentar lutar pela sobrevivência porque juntaram-se a nós outros operadores. Daí termos apostado na entrega, porque, se não entregarmos, outros o farão. Agora há uma coisa que temos desde logo definida: somos uma casa para profissionais, que são as empresas que temos de ajudar no mercado, não uma casa para o consumidor final.” No campo específico da logística, Paulo Carvalho acredita que “o consumidor está cada vez mais informado”, separando naturalmente o trigo do joio, e que as casas de peças já não têm uma necessidade tão grande de ter quantidade de referências, e sim variedade. “O retalhista não precisa de ter dez referências de um filtro se os seus clientes optam sempre por duas ou três.”

REGULAMENTAÇÃO

Uma das queixas mais frequentes de todos os operadores diz respeito às práticas de concorrência desleal praticadas por algumas oficinas. João Nunes, da AUTOJOFER, acredita que quem atua na legalidade oferece “um valor acrescentado” que “tem de ser pago” pelo consumidor final. Diz também que as oficinas têm urgentemente de ser regulamentadas: “Existem cerca de 55 000 oficinas em Portugal que vão ter de se adaptar ou que não terão espaço no mercado - cerca de 40 por cento do mercado é mercado paralelo e muito do negócio dos retalhistas de peças

funciona a partir das 17h00. Um negócio que não tem crédito, que é pago na hora e que para eles é sempre uma vantagem. E para que as coisas sejam regulamentadas tem que haver boa vontade de toda a gente. Sei que da parte do retalhista e dos distribuidores irá haver alguma retração porque o negócio vai ter de mudar, mas os carros não vão desaparecer, nem se vão deixar de fazer reparações. Mas há uma certeza: as oficinas têm de ser regulamentadas para evitar que se coloquem peças que põem em causa a segurança de todos, com material que só pode ser aplicado por oficinas regulamentadas e técnicos qualificados para o efeito. Isso não está a acontecer neste momento”. Resta saber quem começa: “A mudança tem de ser de baixo para cima ou de cima para baixo? Tem de ser o fabricante a começar a regulamentar que as peças têm garantia se forem aplicadas numa oficina qualificada ou têm de ser as oficinas que se têm de qualificar e legislar as coisas? Penso que todos temos de nos unir numa sinergia e criar algo que venha dignificar o setor”, refere.

Pedro Diaz, da TRW, mostra-se sobretudo preocupado com as sucatas: “Se nós enquanto fabricante preconizamos uma determinada utilização da peça e se essa peça aparece num monte de carros e alguém vai montá-la noutra, logicamente que não podemos garantir a qualidade da peça e que ela funcione da forma correta porque não sabemos o uso que lhe foi dado nem em que condições está.

Compreendo um pisca, um guarda-lamas. Agora uns amortecedores, uns discos de travão que não se sabe quantos quilómetros têm e em que estado estão parece-me um grave exemplo de falta de regulamentação e acho ainda mais grave que alguém esteja a vender e a fazer negócio com isso.”

PREÇO

Quem encarece a peça? Quem mais ganha com ela? E será que as margens estão mais ou menos esbatidas? No caso da S4YB, Luís Miguel Santos explica que a sua plataforma indica o preço, a disponibilidade e as alternativas da peça, mas que o acesso à base de dados do TecDoc não é barato: “O meu sistema sim. Só que tenho que sustentar o sistema informático com tudo aquilo que ele oferece. Assim, é natural que acrescentemos alguns cêntimos ao valor de cada peça. A representar a entidade com mais custos por ser fabricante, Pedro Diaz explica que a TRW “constrói a peça, testa, desenvolve e faz um preço. Mas até chegar à cadeia final esse preço é completamente distorcido. Começa quando sai da fábrica, sendo-lhe depois acrescentados uma quantidade de custos até chegar ao mercado. Penso que o mercado evoluiu num aspeto: o preço sempre foi o fator nº 1 nos vários estudos de mercado e hoje vemos que esse fator deixou de ser o principal e passou a estar como segundo ou terceiro na cadeia. A qualidade do produto, principalmente devido à segurança, e o serviço estão agora na dianteira. Penso que esses fatores, pouco a pouco, vieram minimizar a questão do preço.



“PARA NÓS O QUE INTERESSA É QUE A PEÇA CHEGUE EM TEMPO ÚTIL À OFICINA. CONSEGUIMOS SER TAMBÉM O BARÓMETRO DO MERCADO PORQUE MEXEMOS COM TODAS AS PEÇAS”

PAULO CARVALHO, CARF



“MAIS DO QUE ACRESCENTAR VALOR NO PREÇO, SOMOS UMA EMPRESA QUE TRABALHA SERVIÇOS. TEMOS OS NOSSOS PRÓPRIOS MEIOS PARA FAZER CHEGAR A PEÇA AOS NOSSOS CLIENTES”

JOÃO MARQUES, NPEÇAS

O consumidor final tem mais consciência de que não se pode limitar a colocar peças sem qualidade porque corre o risco de ter um acidente à primeira curva. E a regulamentação também tem avançado. Por exemplo, vão sair agora novas diretivas para os discos de travão dos veículos pesados e penso que, ao nível do fabricante, a evolução passa por aí: nós não podemos fabricar determinados produtos sem que estes cumpram determinados requisitos de segurança e o mesmo acontece quando a peça é montada, portanto as oficinas também devem ser regulamentadas. Enquanto fabricantes penso que é importante regularmos um PVP, mas sabemos que há quem venda por preço real de compra ou por preço líquido de compra. A partir daí, já não podemos fazer nada sobre o que os vários intervenientes da cadeia querem fazer”. Para Hugo Baptista, da TRK, o preço é o “tema tabu” das oficinas. Estas praticam “margens abusivas”, até porque poucos são os fabricantes que têm a coragem de publicar o PVP. “Temos vindo a assistir a uma harmonização, mas até há pouco tempo tínhamos clientes a canibalizar o PVP, com descontos de 70 a 80 por cento. Acho que a oficina tem de se mentalizar que, no máximo, ganha 20 ou 40 por cento, e o mesmo com a casa de peças. O próprio distribuidor, entre 6 a 7 por cento, tem de ajustar as suas margens para não inflacionar o preço, e os online têm a margem mais pequenina. E, mais uma vez, cabe a todos remar para um objetivo comum de harmonização do setor.” Para Paulo Carvalho, o transporte da peça acarreta custos logísticos elevados, em frota e combustível: “Para o fabricante, acredito que a distribuição ajude a definir o preço

da peça. Para os restantes players, liberta margem que se consegue meter na rua. O peso da distribuição em qualquer estrutura é enorme, portanto se conseguirmos libertar toda a gente dessa preocupação penso que fizemos um bom contributo. Se o fabricante, o retalhista e a oficina estiverem satisfeitos, eu estou satisfeito.”

João Marques, da NPEÇAS, admite que no retalho o ganho “é um bocadinho maior”, mas que os seus “não são assim tão grandes”, uma vez que, se acrescentar valor à peça, depois não a consegue vender. Pensa também que “as margens estão muito bem definidas ao longo do percurso” e que é no início da cadeia que se define se o material depois chega a um preço mais baixo ou mais elevado: “Ainda se vê muito desconto. Por mim trabalhava só com valores líquidos, mas as oficinas ainda me exigem descontos, mesmo que lhes diga para olharem para o valor final da peça e não para a percentagem que lhe posso retirar logo à cabeça, só que o mercado não está preparado para isso.” Uma opinião partilhada por João Nunes: “Acho que o se vende hoje é desconto. Ou direto ou através de rappel. Ou continuamos todos nesta matemática ou a cadeia de cima vai ter de baixar o preço e as coisas vão ter de vir por aí abaixo, deixando de ter margens tão grandes de 50 ou 60 por cento, que tanto são dadas aos retalhistas como aos reparadores de vão de escada.”

O gerente da AUTOJOFER fala ainda da importância da distribuição: “Dependemos muito dela porque o carro tem de entrar de manhã e sair à tarde.” Em relação às oficinas e à sua sustentabilidade, João Nunes diz que



“A PEÇA PODE SER MUITO BOA, MAS SE NÃO FOR APLICADA COM QUALIDADE DEIXA DE TER A FUNÇÃO RELEVANTE QUE ESTÁ NA SUA ORIGEM. TEM DE SER APLICADA COM QUALIDADE”

JOÃO NUNES, AUTOJOFER

todas as oficinas precisam da margem das peças, caso contrário teriam de duplicar o valor da mão-de-obra: “Penso que as oficinas estão neste momento a ganhar para pagar as suas despesas, impostos e manter a porta aberta. É um mercado que está a passar por grandes dificuldades. Quando há pessoas a praticar preços de mão-de-obra a 18 ou 20 euros, não é no preço da peça que eles se vão sustentar para depois chegar aos valores de uma oficina que está padronizada nesse sistema. Eu quando vou fazer a revisão a um carro é o sistema informático que me diz o que eu vou fazer, ao veículo com aquela quilometragem quanto tempo é que essa operação demora e quanto posso cobrar ao cliente. Se é uma hora, eu não vou levar duas ou três horas a fazer o serviço. E isto acontece nas oficinas que praticam estes valores e não são auditadas convenientemente. O que vai acontecer é que estas em vez de cobrarem uma hora pelo serviço, vão cobrar três ou quatro. O valor da mão-de-obra é mais baixo, mas vão acabar por cobrar o mesmo que uma oficina que está a trabalhar dentro de todos os padrões”. João Nunes acredita ainda que “há muita gente no mercado das peças, desde o fabricante até chegar ao consumidor final”, o que significa que as coisas vão engordando quando chegam até ele: “Por exemplo, existem operadores que estão no mercado, mas que não têm as peças fisicamente na mão. Por exemplo, em vez de comprar a uma plataforma informática, posso comprar diretamente ao fabricante. Se comprar à plataforma tenho um preço menor, mas também tenho um desconto menor do que se a comprasse ao fabricante. Ou seja, é mais um elo que está no mercado que faz com que a peça tenha um valor acrescentado. O bom seria fabricante-consumidor final. Eu só vendia serviços. E o meu serviço em vez de custar 30 ou 35 euros, custava 80 ou 100. Isso seria o ideal. Eu só vendia os serviços e não precisava do valor da peça para nada. Agora isso não existe, nunca vai existir e nem devia existir, porque existem peças que só deviam ser vendidas a quem as sabe montar e a quem está qualificado para o fazer.” Apesar de concordar com as opiniões dos intervenientes, Pedro Diaz acredita que começam a sentir-se algumas mudanças, tanto na venda de peças a agentes certificados, como no preço das mesmas: “Existem poucos componentes com essas características, mas existem alguns, como os airbags. Quanto ao preço, penso que temos vindo a assistir a descontos mais baixos, do próprio fabricante e dos intervenientes do setor. Principalmente pela origem, que cada vez mais faz pressão, com campanhas ao consumidor final em que apresenta os seus valores de reparação. Mas também porque existem mais oficinas a saber mostrar o seu trabalho e a valorizá-lo.”