

OPINIÃO

Setor de autopeças trava crescimento ao ignorar tecnologia

Rafael Calixto (*)

O setor de autopeças brasileiro, um dos mais robustos e complexos da economia nacional, enfrenta um paradoxo, pois, enquanto movimenta bilhões de reais anualmente, ainda opera com ferramentas e processos que travam sua produtividade e limitam seu potencial de crescimento.

A digitalização, que já transformou radicalmente outros segmentos, avança de forma tímida e desordenada nas distribuidoras e atacadistas de autopeças, criando um desafio operacional que impacta toda a cadeia, do fabricante ao mecânico, passando pelo varejista.

Segundo o Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores (Sindipeças), o setor projeta para 2025 um faturamento de R\$ 272 bilhões, alta de 4% em relação aos R\$ 261,5 bilhões registrados em 2024. Os investimentos também devem crescer, chegando a R\$ 6,6 bilhões, avanço de 3,1% frente ao ano anterior. Apesar desse cenário positivo, o mercado independente de reposição automotiva, que responde por uma parcela relevante desse faturamento, ainda sofre com a baixa adoção de soluções tecnológicas adequadas, o que compromete tanto a eficiência comercial quanto a experiência do cliente.

O cenário é marcado por catálogos confusos, sistemas lentos, links externos que fragmentam a operação e chats que não acompanham o volume de atendimento. Vendedores, que deveriam atuar como consultores e aceleradores de negócios, acabam presos em tarefas manuais, retrabalho e perda de ligações, enquanto oportunidades de venda recorrente e fidelização se esvaem. A complexidade do segmento é inegável, já que existem milhares de unidades de manutenção de estoque, cada uma com variações por marca, modelo, ano, motor e até região de aplicação.

A necessidade de referência cruzada entre fabricantes é constante, e a precisão na identificação da peça correta é vital para evitar erros de aplicação que geram devoluções, insatisfação e prejuízo. No entanto, a maioria das plataformas utilizadas pelo setor são genéricas, pensadas para e-commerces de varejo, sem considerar as particularidades do B2B automotivo. Isso resulta em processos engessados, catálogos desorganizados e uma experiência de compra

que mais afasta do que aproxima o cliente.

Essa deficiência tecnológica tem um custo alto, em que empresas que operam no improvisado, tentando adaptar ferramentas inadequadas à sua realidade, acabam elevando o custo de aquisição de clientes, reduzindo margens e perdendo competitividade. O tempo gasto em buscas manuais, consultas externas e correções de erro poderia ser revertido em atendimento consultivo, vendas adicionais e construção de relacionamento. Em um mercado cada vez mais pressionado por prazos, preços e qualidade, a ineficiência operacional se torna um risco estratégico.

A solução para esse impasse passa pela adoção de plataformas especializadas, desenvolvidas para respeitar as regras de negócio do setor de autopeças. Ferramentas que oferecem filtros inteligentes para catálogos complexos, referência cruzada nativa, integração com ERP, tabelas de preço personalizadas por cliente ou região e resposta instantânea via portal ou WhatsApp integrado. Com esse tipo de tecnologia, é possível reduzir drasticamente o retrabalho, diminuir erros de aplicação, acelerar vendas repetidas e aumentar a satisfação dos mecânicos e varejistas atendidos.

Com a digitalização correta não sendo apenas uma questão de modernização, mas de sobrevivência e crescimento sustentável, empresas que investem em eficiência comercial conseguem transformar o vendedor em um agente estratégico, capaz de atender com precisão, agilidade e consultoria. Ganham escala sem perder qualidade, fidelizam clientes pela experiência e não apenas pelo preço, e se posicionam de forma competitiva em um mercado que exige cada vez mais velocidade e assertividade.

Portanto, o setor de autopeças precisa reconhecer que a tecnologia deixou de ser um diferencial e se tornou uma necessidade básica para quem deseja crescer com eficiência. Persistir em processos manuais, sistemas lentos e catálogos confusos é escolher operar abaixo do próprio potencial e abrir espaço para concorrentes mais ágeis. A conta da ineficiência já está chegando, e só quem investir em digitalização especializada conseguirá pagá-la sem comprometer o futuro do negócio.

(*) Especialista em vendas B2B, com vasta experiência em modernização de processos comerciais, integração de tecnologia nas vendas, idealizador de soluções com Agentes Inteligentes de Pedidos (AIP) para vendas B2B em escala e CEO da Zydoo

EUA: Amazon pode deixar de operar com os Correios

A Amazon está considerando encerrar seu contrato de longa data com o Serviço Postal dos Estados Unidos (USPS) e expandir sua própria rede nacional de entregas, segundo o *The Washington Post*.

Vivaldo José Breternitz (*)

O acordo atual entre a gigante do comércio eletrônico e o USPS expira em outubro de 2026. As duas partes passaram meses negociando como seria a próxima versão do contrato, mas essas negociações foram complicadas pelos esforços do presidente Trump no sentido de privatizar o USPS, relata o *Post*.

Pelo acordo vigente, a Amazon paga bilhões de dólares anualmente ao USPS para distribuir pacotes, representando cerca de 7,5% da receita da agência em 2025.

“O USPS é um parceiro de longa data e confiável, e continuamos comprometidos em trabalhar juntos”, disse o porta-voz da Amazon, Steve Kelly, em comunicado, acrescentando que a empresa está discutindo “formas de estender nossa parceria”.

Mas Kelly afirmou que a Amazon ficou “surpresa ao ouvir” que o USPS deseja “realizar um leilão” para parte de sua capacidade de envio.

“Portanto, ainda temos muito a resolver. Diante da mudança de direção (do USPS) e da incerteza que isso acrescenta à nossa rede



TrueCreatives_CANVA

de entregas, estamos avaliando todas as nossas opções que garantam que possamos continuar a entregar adequadamente aos nossos clientes”, disse ele.

A Amazon já opera uma ampla rede de transporte que inclui aviões, caminhões, vans e um nascente serviço de entrega por drones, que no entanto vem enfrentando vários problemas, incluindo acidentes e mais recentemente, uma investigação da Administração Federal de Aviação.

A empresa também está desenvolvendo veículos autônomos por meio de sua subsidiária Zoox.

Enquanto isso, no Brasil, os Correios, quebrados e prestando péssimos serviços, ainda pretendem mandar a todos os brasileiros uma conta de mais R\$ 20 bilhões...

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjnit@gmail.com.

Empresa evita 1,2 tonelada de lixo eletrônico com programa de recondicionamento

A Pitzi, empresa especializada em proteção para dispositivos móveis, já evitou o descarte de mais de 1,2 tonelada de resíduos eletrônicos em pouco mais de um ano de operação do programa Like New. A iniciativa, que recupera e recondiciona smartphones com altíssimo padrão de qualidade, já entregou mais de 15 mil aparelhos a clientes que acionaram a garantia, substituindo o dispositivo danificado por um produto equivalente em estado "como novo".

Cada smartphone recondicionado evita, em média, 80 gramas de lixo eletrônico. Considerando que o descarte completo de um aparelho geraria cerca de 170 gramas de resíduos, a iniciativa reduz significativamente o impacto ambiental por dispositivo. A iniciativa se tornou ainda mais robusta com a introdução de novas caixas sustentáveis para os aparelhos do Like New, produzidas com material 100% reciclado, alinhando-se ao compromisso da empresa de ser Carbon Free, com neutralização das emissões de carbono de toda a operação logística.

O contexto global confere urgência à ação. Em 2022, foram gerados 62 milhões de toneladas de lixo eletrônico no mundo, com menos de um quarto desse volume reciclado de forma documentada, segundo o Global E-waste Monitor 2024. No Brasil, a situação preocupa ainda mais: o país é o maior gerador de e-lixo da América do Sul e enfrenta desafios históricos de infraestrutura para coleta e reciclagem.

Do ponto de vista do consumidor, a acei-



PIXIEHOLCANVA

tação é esmagadora: praticamente 100% dos clientes preferem receber um aparelho Like New em vez de optar pelo reparo do dispositivo original. A explicação está na qualidade do processo, pois além da troca da peça com defeito, são feitas substituições preventivas em outros componentes, resultando em um produto com aparência e desempenho muito próximos aos de um smartphone novo.

Quando o assunto é indenização em dinheiro, apenas 2% dos clientes escolhem essa opção. O motivo é claro: devido ao ciclo acelerado de lançamentos no mercado de smartphones, o valor da indenização nem sempre permite a compra de um modelo equivalente. Com o Like New, o cliente recebe um aparelho do mesmo nível — ou até superior — sem custo adicional, mantendo a qualidade técnica e a experiência de uso.

Além dos benefícios ambientais, a Pitzi demonstra que é possível aliar inovação, satisfação do cliente e responsabilidade socioambiental em um mesmo modelo de negócio. Com isso, a empresa avança em sua agenda ESG com resultados mensuráveis e impacto positivo tanto para o planeta quanto para as pessoas.

Além dos benefícios ambientais, a Pitzi reforça que é possível aliar inovação, satisfação do cliente e responsabilidade socioambiental em um mesmo modelo de negócio. A iniciativa reflete o compromisso da empresa com práticas sustentáveis e com a construção de um negócio cada vez mais responsável e inovador. Dessa forma, a insurtech avança em sua agenda ESG com resultados concretos e impacto positivo para o planeta e para as pessoas.

News @ TI

ricardosouza@netjen.com.br

Uerj coordena primeira expedição científica neutra em carbono na Antártica

A missão Criosfera 1 2025/2026, comandada pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), é a primeira expedição à Antártica realizada em formato totalmente neutro de carbono. A excursão científica, que teve início em 18 de novembro e vai até 18 de dezembro, leva três pesquisadores ao laboratório Criosfera 1, localizado em um dos pontos de pesquisa mais remotos do continente gelado, a aproximadamente 600 quilômetros do polo sul geográfico. Liderada pelo Laboratório de Radioecologia e Mudanças Globais (Laramg) da Uerj, a missão introduz um novo protocolo de sustentabilidade para a comunidade científica internacional, representando um marco importante para o Programa Antártico Brasileiro (Proantar), que, neste ano de 2025, celebra quatro décadas de atividades.

Proofpoint conclui aquisição da Hornetsecurity

@Proofpoint, Inc., empresa líder em segurança cibernética e conformidade, anunciou hoje que concluiu a aquisição do Hornetsecurity Group, fornecedor europeu líder em soluções de segurança, proteção de dados, conformidade e conscientização de segurança baseadas em IA para o Microsoft 365 (M365) destinadas a provedores de serviços gerenciados (MSPs) e pequenas e médias empresas (PMEs). O fechamento da transação marca um marco significativo na estratégia da Proofpoint de estender sua plataforma de segurança centrada no ser humano a organizações de todos os tamanhos por meio de uma abordagem específica para o canal MSP. Com a forte presença da Hornetsecurity no mercado europeu e uma base de parceiros que atende a mais de 125 mil clientes por meio de mais de 12 mil MSPs e parceiros de canal, a Proofpoint expande significativamente seu alcance e capacidades no segmento de pequenas e médias empresas (www.proofpoint.com/br).