



ESTUDO DE MERCADO

COMÉRCIO E SERVIÇOS: REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES

EXPEDIENTE

© 2017. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei n.º 9.610).

Informações e Contato

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia

Unidade de Acesso a Mercados

Rua Horácio César, 64 Dois de Julho
CEP: 40.060-350 – SEBRAE/BA

☎ (71) 3320-4494

✉ contato.uam@ba.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual
Antonio Ricardo Alvarez Alban

Diretor-Superintendente
Adhvan Novais Furtado

Diretor Técnico
Lauro Alberto Chaves Ramos

Diretor de Atendimento
Franklin Santana Santos

Unidade de Acesso a Mercados
José Nilo Meira | *Gerente*
Alessandra Giovana F. da S. de O. Borges | *Gerente Adjunta*

Anderson dos Santos Teixeira | *Analista I*

Diogenes de Souza Silva | *Analista I*

Rodrigo Bouza | *Estagiário*

Coordenador
José Nilo Meira

Fotografias e Imagens
Banco de Imagens

Sumário

APRESENTAÇÃO	6
INTRODUÇÃO	6
Mercado	6
Cenário	8
Oportunidades	8
METODOLOGIA	9
Objetivos	9
Setores e segmentos pesquisados	10
Fase Quantitativa	11
Fase Qualitativa	14
CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS PARTICIPANTES	16
Porte das empresas	16
Atuação das empresas	17
Localização	17
Motivo da escolha do local do estabelecimento	18
Tempo de mercado	18
DIAGNÓSTICO DO SEGMENTO	19
Análise SWOT	19
Comparativo empresarial com o ano de 2015	20
Endividamento do segmento	21
Fornecedores	23
Produtos essenciais	23
Produtos de apoio	24
Serviços essenciais	24
Serviços de apoio	25
CLIENTES	26

Composição da carteira de clientes	26
Principal canal de vendas	26
AMBIENTE COMPETITIVO	27
Concorrência e novos entrantes.....	27
Substitutos diretos e indiretos	29
Estratégias de diferenciação.....	30
Legislação	31
Gargalos no segmento	31
Investimentos realizados	32
Metas de investimento e expansão	33
Investimentos necessários.....	34
ESTRATÉGIAS DE MERCADO E COMERCIALIZAÇÃO	37
Aquisição de peças e equipamentos	37
Atendimento e reparo.....	37
Capacidade produtiva e de vendas das empresas que atuam nesse ramo	38
Demanda atual em relação à capacidade de atendimento da empresa	38
POSSIBILIDADES DE NOVOS NEGÓCIOS	39
INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS E TENDÊNCIAS PARA O SEGMENTO	41
FONTES DE APOIO AO SETOR.....	42
AÇÕES RECOMENDADAS	43
TRILHAS DE ATENDIMENTO DO SEBRAE.....	45
Referências	47

A photograph of a male mechanic wearing a dark baseball cap, focused on working on the engine of a vehicle. The image is overlaid with a semi-transparent orange and green filter. The text 'COMÉRCIO E SERVIÇOS: REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES' is prominently displayed in white, bold, uppercase letters across the center of the image.

**COMÉRCIO E SERVIÇOS:
REPARAÇÃO DE
VEÍCULOS
AUTOMOTORES**

APRESENTAÇÃO

Analisar o mercado de atuação faz com que o empresário otimize esforços e invista energia em ações que realmente façam a diferença no seu negócio. Para isso, é preciso avaliar atentamente as características de comportamento do segmento em relação ao que está acontecendo no mercado interno e externo. Munido de informações relevantes, o empresário pode se preparar para aproveitar as oportunidades e criar estratégias para enfrentar possíveis desafios. As informações contidas no Estudo de Mercado sobre reparação de veículos automotores buscam facilitar o entendimento e expor a percepção dos empresários do setor, especialmente daqueles que prestam o serviço. Dessa forma, ampliando as informações sobre o setor na Bahia, tem-se maior sustentação nas tomadas de decisões que impactam os resultados operacionais dos negócios.

INTRODUÇÃO

O setor automobilístico vem se adaptando ao momento de instabilidade econômica pelo qual o país está passando. Um dos serviços que vêm ganhando destaque devido à queda na comercialização de carros novos, que gera uma frota mais antiga, é o de reparos de veículos automotores. O segmento de peças automotivas para reparos e reposição é o segundo no ranking de faturamento de peças automotivas no geral, contribuindo com cerca de 21% do total.

Segundo a publicação de Nov/2016 realizada pelo Sindipeças, a projeção de faturamento nominal está na média de R\$ 63 bilhões, apontando ligeira queda de 4,5% em relação ao ano anterior. Já para o próximo ano, estima-se um aumento de 2,7%, atingindo um faturamento nominal de R\$ 64,7 bilhões, contando já com um investimento previsto de R\$ 1,5 bilhão, o que representa 18,4% a menos em relação ao ano passado.

Mercado

A comercialização de peças para reposição e reparos cresceu [8,67%](#) de junho de 2015 a 2016. Apesar do crescimento deste segmento, a produção de autopeças tanto para reparos quanto para montagem de novos veículos obteve um declínio de 10,76% no mesmo período. Esse cenário é orientado pela queda das exportações e da produção nacional de veículos novos, abrindo uma lacuna de oportunidade para serviços de reparos da frota já existente.

É importante que o segmento de manutenção e reparos de veículos fique atento ao mercado internacional, porque impacta economicamente nos negócios nacionais. Dessa forma, é necessário acompanhar a movimentação do setor automotivo no mundo. Em um *ranking* mundial de venda de carros, o Brasil caiu para a sétima posição, configurando o cenário atual brasileiro. Os países que estão à frente do Brasil no *ranking*, são: China (1º), Estados Unidos (2º), Japão (3º), Alemanha (4º), Índia (5º) e Grã-Bretanha (6º).

Entre as marcas que possuíram maior presença nas vendas de automóveis em nível mundial, estão a Volkswagen, a Toyota e a General Motors. O empresário deve ficar atento a essa informação, já que nos anos anteriores as marcas também apresentaram presença no *ranking*, o que significa que a maioria das frotas que estão nas ruas precisam ou irão precisar de manutenção e reparos específicos da marca.

Mercado Baiano

A Bahia ocupa a sexta posição no *ranking* brasileiro em produção automotiva, com participação de 3,4% em relação ao total. O estado sedia uma das mais modernas fábricas de automóveis do mundo, o Complexo Industrial Ford Nordeste. Localizado no município de Camaçari, possui um modelo de produção com tecnologia de última geração e alto nível de automação industrial. Atualmente, conta com 21 empresas sistemistas, instaladas na planta da montadora Ford, emprega cerca de 9 mil pessoas diretamente e gera 80 mil empregos indiretos. Além disso, os veículos que saem da montadora baiana têm cerca de 95% de conteúdo nacional, 76% de conteúdo genuinamente baiano e 80% de máquinas e equipamentos brasileiros.

Segundo a base de dados da RAIS/ CAGED, em 2015, na Bahia, empresas que prestam Serviços de Manutenção e Reparação Mecânica de Veículos Automotores somavam 5.090 registros, o que representava que o estado baiano estava na 7º posição nacional em relação os demais estados do país, com o maior número de registro de empresas deste segmento.

UF	Serviços de Manutenção e Reparação Mecânica de Veículos Automotores
35 - São Paulo	27686
31 - Minas Gerais	17295
41 - Paraná	11085
42 - Santa Catarina	9595
43 - Rio Grande do Sul	9497
33 - Rio de Janeiro	8497
29 - Bahia	5090
52 - Goiás	4402
32 - Espírito Santo	3916
51 - Mato Grosso	3433
53 - Distrito Federal	2913
50 - Mato Grosso do Sul	2609
23 - Ceará	2484
26 - Pernambuco	2365
15 - Pará	1896
11 - Rondônia	1487
21 - Maranhão	1215
22 - Piauí	934
24 - Rio Grande do Norte	912
25 - Paraíba	728
27 - Alagoas	620
17 - Tocantins	592
28 - Sergipe	579
13 - Amazonas	420
12 - Acre	170
16 - Amapá	145
14 - Roraima	127
Total	120692

Investimentos programados



Segundo matéria publicada pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico da Bahia, já estão previstos aproximadamente US\$ 2,5 bilhões em investimentos para o setor nos próximos anos, incluindo a ampliação e a instalação de fábricas de motocicletas, triciclos e motos, com previsão de gerar um total de 1,1 mil empregos diretos.

Cenário

As MPE que prestam esse serviço possuem uma fundamental importância neste setor, tendo em vista que elas chegam a reparar 80% dos veículos leves e comerciais – o restante é consertado por grandes empresas de concessionárias. Com uma frota robusta de veículos nas ruas e a falta de tempo das pessoas devido ao estilo de vida, a exigência por serviços rápidos e de entrega imediata têm sido umas das necessidades mais presentes nos clientes que fazem uso de serviços de reparos automotivos. Desta maneira, é na necessidade de que os reparos sejam cada vez mais rápidos, urgentes e customizados que reside o potencial de mercado desse segmento.

Oportunidades

Além do comportamento de mercado que se desenha, é possível unir outros tipos de serviços correlacionados para aumento no faturamento de uma oficina, como:

- Manutenção preventiva.
- Instalação e venda de filtros de redução de poluentes.
- Produtos de acessórios para veículos.
- Atualmente, tramita na Câmara dos Deputados o [Projeto de Lei nº 5.097/2016](#) para garantir a livre escolha de oficinas de carros por seguradora, tanto por parte do assegurado quanto por parte de quem teve o dano. O projeto federal [InovarAuto](#) foi criado pela Lei nº [12.715/2012](#), que prevê incentivos em pesquisa e desenvolvimento tecnológico para o setor automotivo, visando garantir a competitividade da indústria automobilística brasileira. Desta maneira, o Projeto do Governo preconiza que este investimento tenha reflexo em toda a cadeia produtiva automotiva, incluindo as MPE que fornecem serviços ou produtos para este setor. Quando há uma indústria forte, toda a cadeia de empresas que compõem o setor se beneficiam, pois fortalece a todos os envolvidos.

METODOLOGIA

Para atender aos objetivos do Estudo de Mercado, a metodologia foi dividida em três etapas, iniciando com uma fase de entrevistas quantitativas e seguindo para duas fases de entrevistas qualitativas. As entrevistas quantitativas forneceram uma visão mais abrangente do público a ser estudado, permitindo análises segmentadas por tipo de empresa (ME, MEI, EPP e, quando necessário, Produtor Rural) e por setor/segmento de atuação. É a técnica indicada para mensurar questões mais objetivas e permitir a criação de indicadores capazes de estabelecer comparativos entre diferentes perfis. As entrevistas qualitativas permitiram aprofundar questões mais sensíveis e explorar itens que requeiram maior detalhamento.

Objetivos

O objetivo da pesquisa é o de propor estratégias de mercado, comercialização e sugerir trilhas de atendimento para as ME, MEI, EPP e para os Produtores Rurais que compõem a cadeia produtiva de 27 diferentes segmentos no Estado da Bahia.

São objetivos específicos:

- Levantar os principais produtos e/ou serviços e suas características.
- Evidenciar os principais nichos que compõem o mercado.
- Apontar as principais empresas e grupos participantes do mercado.
- Verificar a representatividade econômica do segmento (participação na economia local, estadual, nacional e mundial).
- Indicar os principais gargalos do segmento.
- Investigar a cadeia produtiva, a cadeia de valor, os canais de distribuição e os fornecedores de produtos.
- Descrever os clientes, suas características, seus comportamentos e seus critérios de compra.
- Identificar novos entrantes representativos para o mercado.
- Localizar produtos substitutos diretos e indiretos.
- Analisar as tendências e oportunidades futuras de mercado.
- Apresentar a densidade empresarial da Bahia.

Setores e segmentos pesquisados

A pesquisa contempla pequenos negócios pertencentes aos seguintes setores e segmentos:

Setor: Agronegócio

Segmentos:

- Caprinocultura leiteira
- Produção de Pólen
- Produção de Própolis
- Produção de Morango
- Produção de Banana
- Produtos Orgânicos
- Horticultura
- Piscicultura
- Chocolate *Gourmet* (Região de Ilhéus)

Setor: Comércio e Serviços

Segmentos:

- Varejo de Alimentos: Mercadinhos
- Varejo de Alimentos: Açougue
- Preparo e Comércio de Alimentos para Consumo domiciliar
- Serviços de Reparos Residenciais (alvenaria, chaveiro, automação residencial, hidráulica, pintura etc.)
- Beleza e Estética: Salões de Beleza e Estética
- Reciclagem de Resíduos
- Madeira e Móveis Planejados
- Reparação de Veículos Automotores

Setor: Economia criativa

Segmentos:

- Produção audiovisual

Setor: Indústria

Segmentos:

- Indústria da Moda – Gemas e Joias
- Panificação
- Confecções
- Couro e Calçados

Setor: Encadeamento produtivo

Segmentos:

- Produção de Energia Fotovoltaica
- Hospitais (como âncoras)
- Produção de Alimentos e Bebidas
- Cadeia do Turismo (sol e praia/religioso/eventos)
- Cadeia do Leite

Fase Quantitativa

A primeira fase da pesquisa será composta de entrevistas quantitativas, realizadas por telefone com questionário majoritariamente estruturado (contendo a maior parte das questões fechadas). As características desta fase da pesquisa estão descritas a seguir.

Amostra: 1.000 casos.

Público: proprietários, gerentes ou responsáveis por ME, MEI, EPP e, quando for necessário, Produtores Rurais.

Abrangência: foi estabelecido como critério entrevistar responsáveis por pequenos negócios localizados em municípios em que há sede do Sebrae. Dessa forma, são considerados na pesquisa 27 municípios, incluindo a capital. São elas: Alagoinhas, Barreiras, Brumado, Camaçari, Euclides da Cunha, Eunápolis, Feira de Santana, Guanambi, Ilhéus, Ipiaú, Irecê, Itaberaba, Itabuna, Itapetinga, Jacobina, Jequié, Juazeiro, Lauro de Freitas, Paulo Afonso, Porto Seguro, Salvador, Santo Antônio de Jesus, Seabra, Senhor do Bonfim, Teixeira de Freitas, Valença e Vitória da Conquista.

Duração da entrevista: o questionário foi composto de perguntas abertas e fechadas, com um tempo de aplicação médio de 30 minutos.

Metodologia amostral:

A amostra foi desenvolvida de forma proporcional à população de empresas de interesse, de acordo com as seguintes etapas:

1. A partir de uma listagem contendo mais de 300 mil microempresas (ME), microempreendedores individuais (MEI) e empresas de pequeno porte (EPP) do Estado da Bahia, coletadas por meio da fonte Receita Federal, foram selecionadas empresas que correspondessem aos 27 segmentos de atuação pesquisados e que estivessem instaladas nos 27 municípios pesquisados. Esse filtro gerou um universo de pesquisa de 117.969 empresas.
2. A amostra de 1.000 casos foi distribuída entre os 27 segmentos de negócio de forma proporcional ao universo de empresas em cada segmento, de acordo com os seguintes critérios:

Tamanho do segmento	Tamanho da amostra
Menos de 1.000 empresas	20 entrevistas
1.000 a 4.999 empresas	35 entrevistas
5.000 a 9.999 empresas	55 entrevistas
10.000 empresas ou mais	100 entrevistas

De acordo com a metodologia apresentada, foi realizada a seguinte distribuição de casos, que será aplicada para a realização das entrevistas:

Segmentos	Universo	Amostra
Varejo de Alimentos: Mercadinhos	27385	100
Beleza e Estética: Salões de Beleza e Estética	24479	100
Produção de Alimentos e Bebidas	13769	100
Confeções	7969	55
Preparo e Comércio de Alimentos para Consumo domiciliar	7303	55
Produção audiovisual	5539	55
Cadeia do Turismo (sol e praia/religioso/eventos)	5428	55
Reparação de Veículos Automotores	4893	35
Hospitais	4143	35
Serviços de Reparos Residenciais	3147	35
Madeira e Móveis Planejados	3065	35
Varejo de Alimentos: Açougue	3032	35
Cadeia do Leite	2208	35
Indústria da Moda – Gemas e Joias	991	20
Panificação	958	20
Reciclagem de Resíduos	845	20
Couro e Calçados	713	20
Produção de Morango	639	20
Chocolate Gourmet (Região de Ilhéus)	169	20
Piscicultura	123	20
Horticultura	40	20
Produção de Energia Fotovoltaica	21	20
Produtos Orgânicos	23	20
Produção de Banana	27	20
Produção de Pólen	20	20
Produção de Própolis	20	20
Caprinocultura leiteira	20	20
	117969	1000

3. Dentro de cada segmento de atuação, foram selecionados casos de forma aleatória para participar da pesquisa.
4. Para os segmentos com baixa disponibilidade de contatos (menos de 200 contatos), foram realizadas pelo menos cinco tentativas de contato com cada empresa, objetivando atingir a amostra planejada.

Significância estatística

A amostra da fase quantitativa proposta garante uma margem de erro de 3,1%, para mais ou para menos, para estimativas com 95% de confiança, considerando a amostra total de 1.000 empresas pesquisadas.

Para cada uma das categorias de empresa pesquisadas (ME, MEI, EPP ou produtores rurais), foi possível obter estatísticas representativas de cada grupo. Considerando-se uma amostra mínima de 100 casos, e considerando que o universo de empresas em cada categoria seja muito vasto, pode-se garantir que a margem de erro para estatísticas calculadas para cada categoria será inferior a 9,8% para mais ou para menos, com 95% de confiança.

Para cada um dos 27 segmentos pesquisados, foi alocada uma amostra de, pelo menos, 20 casos - conforme a disponibilidade de casos verificada no universo de empresas de cada segmento. A amostra de pelo menos 20 casos por segmento é suficiente para fornecer uma análise exploratória destes, bem como uma comparação exploratória entre os diferentes segmentos.

Dessa forma, o número de empresários entrevistados na fase qualitativa é apresentado na tabela a seguir:

Segmentos	Amostra
Varejo de Alimentos: Mercadinhos	125
Beleza e Estética: Salões de Beleza e Estética	110
Produção de Alimentos e Bebidas	105
Confeccões	56
Preparo e Comércio de Alimentos para Consumo domiciliar	24
Produção audiovisual	18
Cadeia do Turismo (sol e praia/religioso/eventos)	55
Reparação de Veículos Automotores	35
Hospitais	35
Serviços de Reparos Residenciais	35
Madeira e Móveis Planejados	35
Varejo de Alimentos: Açougue	35
Cadeia do Leite	20
Indústria da Moda – Gemas e Joias	20
Panificação	21

Reciclagem de Resíduos	20
Couro e Calçados	20
Produção de Morango	20
Chocolate Gourmet (Região de Ilhéus)	20
Piscicultura	33
Horticultura	28
Produção de Energia Fotovoltaica	20
Produtos Orgânicos	20
Produção de Banana	30
Produção de Pólen	20
Produção de Própolis	20
Caprinocultura leiteira	20
	1000

Fase Qualitativa

A segunda fase da pesquisa foi composta por entrevistas em profundidade, realizadas por telefone. O questionário qualitativo foi construído a partir dos resultados da primeira etapa quantitativa e foi validado posteriormente com o Sebrae/BA, antes da sua aplicação. As características dessa fase da pesquisa estão descritas a seguir.

Metodologia amostral

Amostra: 85 casos, sendo 3 por segmento e 4 entrevistas piloto para validação da guia de discussão.

Público: proprietários, gerentes ou responsáveis por ME, MEI, EPP ou produtores rurais, quando couber.

Abrangência: Bahia (capital e interior), contendo os 27 segmentos citados anteriormente.

Duração: 75 min a 90 min.

Crítérios para filtro de recrutamento

Os entrevistados foram selecionados a partir da pesquisa quantitativa e sua escolha foi orientada por critérios como:

- Tempo mínimo do negócio: 5 anos.
- Localização do negócio: foram priorizados aqueles entrevistados que se encontram na região de maior concentração da atividade econômica em questão.
- Avaliação geral do Cenário Econômico e Negócio: foram selecionados três entrevistados que apresentam, a partir da análise dos dados quantitativos, percepções diferenciadas a respeito do cenário para o desenvolvimento da atividade econômica de sua empresa.

Significância estatística

Considera-se suficiente, para exploração de informações de cunho qualitativo, a amostra de três entrevistas por segmento. Isso porque se trata da segunda fase da pesquisa (que já tem dados levantados) e de questionário exaustivo realizado com empresários que pertencem a um mesmo contexto. A intenção da pesquisa qualitativa é identificar tendências e percepções subjetivas a respeito do fenômeno investigado, dispensando grandes amostras e comprovação estatística.

Optou-se por entrevistas em profundidade, devido a alguns fatores que caracterizam o presente estudo:

- Os respondentes desta pesquisa são Empresários ou Gerentes de Pequenos Negócios de diferentes regiões do Estado da Bahia. Este cenário inviabilizaria a reunião do público-alvo em um único local e horário. As entrevistas em profundidade permitiram que estas fossem agendadas no horário mais conveniente para o respondente e, sendo telefônicas, facilitaram reagendamentos e retornos para possíveis esclarecimentos.
- O estudo em questão apresenta uma variedade ampla de objetivos, sendo que parte deles requer maior detalhamento e relato de experiências por parte dos respondentes. Tais objetivos - como razões para maiores ou menores investimentos no negócio, percepção mais otimista ou pessimista do segmento, obstáculos e oportunidades identificadas para desenvolvimento da empresa - não poderiam ser abarcados somente através da etapa quantitativa, exigindo uma metodologia exploratória. A pesquisa qualitativa, além de responder a objetivos que não poderiam ser cobertos pela fase quantitativa, permitiu que o respondente detalhasse e embasasse achados importantes da primeira fase, de modo mais consistente e de forma que seja possível compreender determinadas opiniões e orientar ações do SEBRAE de maneira específica para cada segmento.

Identificação dos perfis dos consumidores

A terceira fase da pesquisa foi composta por entrevistas em profundidade, realizadas por telefone, para identificação dos clientes dos empresários entrevistados, com o intuito de descobrir suas características, comportamentos e critérios de compra. O questionário qualitativo foi construído a partir dos resultados da primeira fase qualitativa.



Fonte: Shutterstock

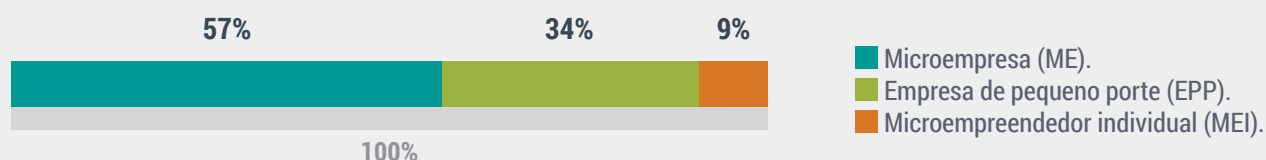
CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS PARTICIPANTES

As empresas do segmento de reparação de veículos automotores são, em sua maioria, prestadoras de serviços. A divisão das empresas pesquisadas por CNAE está descrita na tabela a seguir.

CNAE	Descrição CNAE	Amostra
4520-0/01	OFICINA MECÂNICA DE VEÍCULO AUTOMOTOR	66%
4520-0/02	PINTURA, LANTERNAGEM E FUNILARIA DE VEÍCULO; SERVIÇOS DE	11%
2950-6/00	RECUPERAÇÃO DE MOTORES DE VEÍCULOS RODOVIÁRIOS; SERVIÇO DE	9%
4530-7/04	PEÇAS E ACESSÓRIOS USADOS PARA VEÍCULO AUTOMOTOR; COMÉRCIO VAREJISTA	6%
4520-0/03	BATERIAS E ACUMULADORES ELÉTRICOS PARA VEÍCULOS AUTOMOTORES; MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE	2%
4520-0/01	CAMINHÕES, ÔNIBUS E VEÍCULOS PESADOS; MANUTENÇÃO MECÂNICA E ELÉTRICA	2%
2212-9/00	PNEUS (RECONDICIONAMENTO, RECAUCHUTAGEM, RECAPAGEM OU REMOLDAGEM); SERVIÇO DE	2%
4511-1	COMÉRCIO A VAREJO E POR ATACADO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES	2%

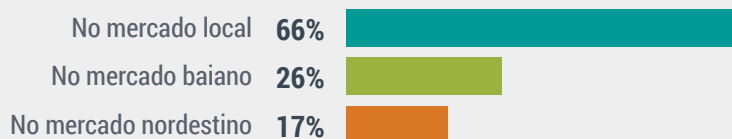
Porte das empresas

Em relação ao porte das empresas pesquisadas, a maioria delas (54%) está enquadrada no porte de microempresa, e mais de um terço são empresas de pequeno porte:



Atuação das empresas

A atuação das empresas pesquisadas é focada e se divide entre os mercados local, estadual e regional:



*A soma final ultrapassa 100%, pois os entrevistados tinham a opção de escolher mais de uma alternativa.

Localização

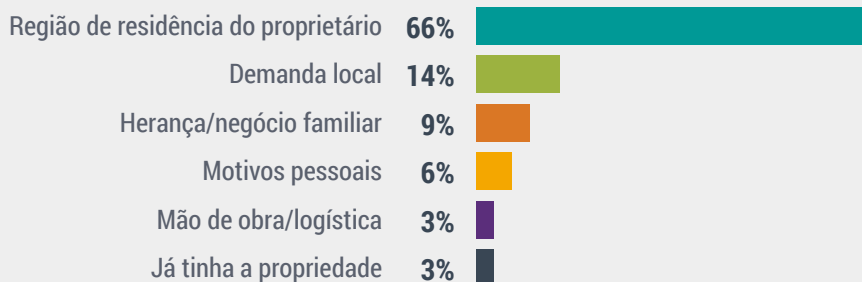
As empresas pesquisadas situam-se, majoritariamente, nas cidades de Salvador, Feira de Santana, Barreiras, Eunápolis e Jequié.

Salvador	40%
Feira de Santana	11%
Barreiras	9%
Eunápolis	9%
Jequié	9%
Ilhéus	5%
Santo Antônio de Jesus	5%
Alagoinhas	3%
Lauro de Freitas	3%
Seabra	3%
Teixeira de Freitas	3%

No Brasil, a classe A responde por 20% do gasto anual com manutenção de veículos, enquanto as classes B e C respondem por 77%, e a classe D por apenas 3%.

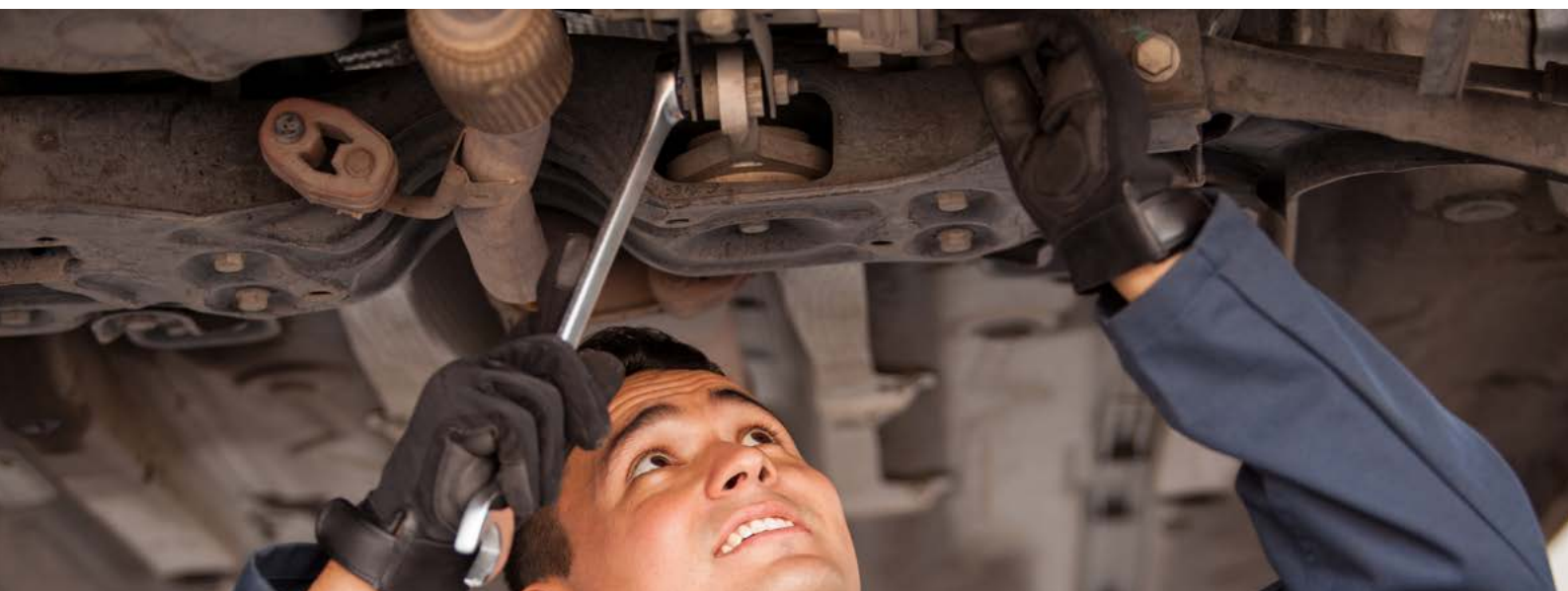
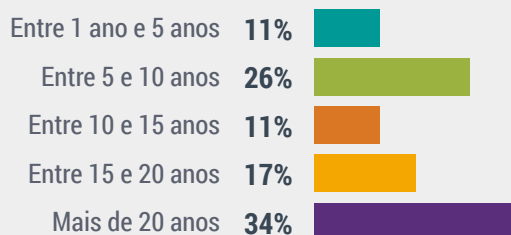
Motivo da escolha do local do estabelecimento

O principal motivo de escolha do local do estabelecimento foi o proprietário já residir naquela região:



Tempo de mercado

As empresas participantes da pesquisa possuem tempos variados de mercado. Algumas são consideradas tradicionais e novas no mercado baiano, sendo que 34% delas estão no mercado há mais de 20 anos, e 26% afirmaram estar no mercado entre 5 a 10 anos.



Fonte: Shutterstock

DIAGNÓSTICO DO SEGMENTO

A seguir, será apresentado o diagnóstico do segmento, que consiste na análise do ambiente interno (forças e fraquezas) e do ambiente externo (oportunidades e ameaças relacionadas ao segmento). Os itens internos são de responsabilidade e controle dos empresários. Já os aspectos externos não podem ser controlados pelo empreendedor. Essa análise facilita a visão do todo. Os empresários podem avaliar suas condições atuais e estabelecer estratégias para atuar no mercado em diversas situações.

Análise SWOT

Ambiente interno

Forças	Fraquezas
Alta rentabilidade.	Falta de mão de obra qualificada.
Possibilidade de oferecer serviços integrados.	Aumento do preço da matéria-prima (peças ou chapas de ferro).
	Dificuldade em encontrar peças específicas.
	Equipamentos antigos tendem a prejudicar a produtividade.

Ambiente externo

Oportunidades	Ameaças
Frota de veículos usados aumentando.	Aumento de impostos no setor.
Preferência pelo reparo à compra de veículos novos.	Mudança na mobilidade urbana – pessoas deixam de usar carros e optam por meios alternativos.
Facilidade de crédito no setor.	Crise econômica do país.
Desenvolvimento de tecnologias.	Alta carga tributária.
Melhoria na qualidade técnica.	Forte burocracia no setor.
Melhoria na gestão.	Inovação nos veículos e nas peças.
Parceria com seguradoras.	Incentivos do governo para a compra de carros novos.

Empreendedor, lembre-se de empregar as forças para aproveitar melhor as oportunidades do mercado e minimizar o impacto das ameaças.

A palavra do empresário

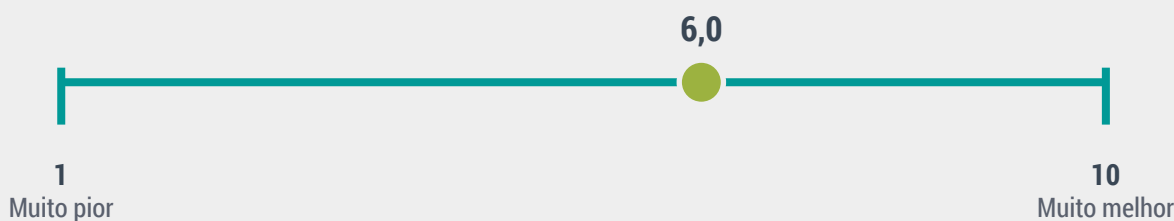
“Manutenção veicular é uma compra de emergência, não é uma compra por impulso, como uma compra de roupa. É uma necessidade para uma família ou uma empresa, e não dá para adiar o serviço e ficar sem o veículo.”

Dos empresários pesquisados, 71% afirmam que a burocracia é um dos principais entraves para o crescimento da empresa.

Comparativo empresarial com o ano de 2015

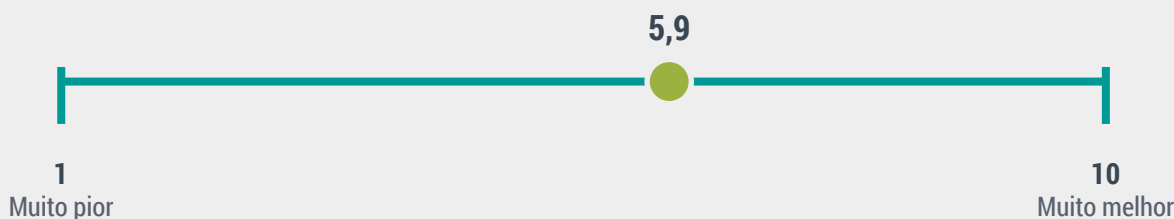
Os empresários acreditam que o segmento melhorou um pouco em comparação ao ano anterior, sendo a média de notas 6 (em uma escala de 1 a 10, em que 1 significa “muito pior”, e 10, “muito melhor”).

Como está o segmento em relação ao ano passado



A avaliação das empresas foi levemente inferior, e os empresários acreditam que suas companhias também melhoraram um pouco em relação a 2015, com uma média de 5,9 em uma escala de 1 a 10.

Como está a empresa em relação ao ano passado



Em relação à crise econômica atual, alguns setores acabaram sendo mais afetados do que outros. Os empresários do segmento de serviços de reparação de veículos automotores acreditam, em sua maioria, que seus negócios foram moderadamente afetados pela crise. Boa parte (31%) também afirma que seus negócios foram afetados gravemente pela crise, já 11% dizem não ter sido afetados.

Palavra do empresário

“A gente está tentando superar a cada dia. Estamos tentando buscar o cliente, prospectar, estreitar o relacionamento. Temos feito ações de marketing e vendas com frequência muito maior. Essas ações têm ajudado; a gente tem conseguido superar. Um exemplo de ação é a ida do departamento de venda que tem ido às principais praças da cidade, com a unidade móvel, realizar prospecção. Isso tem surtido efeito.”

Endividamento do segmento

Em relação ao endividamento das micro e pequenas empresas do segmento, a maioria afirma que não buscou crédito em instituições financeiras nos últimos 12 meses, no entanto, mais de um terço declara ter obtido empréstimos no período.

Possui dívida atualmente com instituição financeira formal

A maioria dos empresários afirma que não possui dívidas atualmente com instituições financeiras formais:



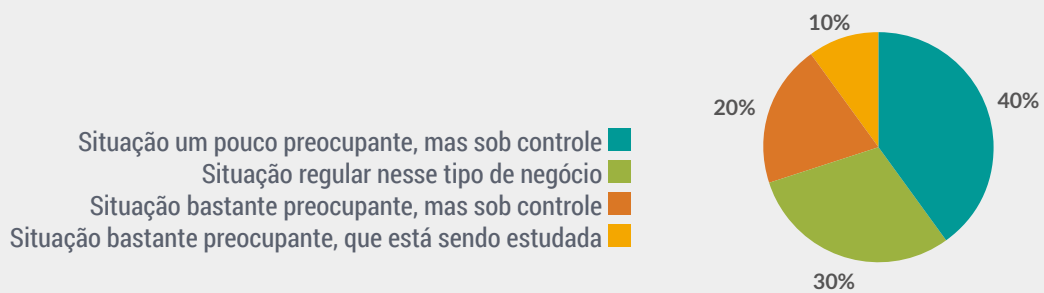
Possui dívida atualmente de modo informal

Menos de um terço das empresas pesquisadas possuem alguma dívida com instituição financeira formal atualmente, e 3% delas afirmam possuir dívida informalmente, com amigos, parentes ou agiotas.

Compreensão da dívida

A maior parte dos empresários que possuem dívida atualmente afirma que a situação financeira da empresa é um pouco preocupante, mas está sob controle. Apenas um terço deles acredita que a sua situação de dívida é regular em negócios parecidos.

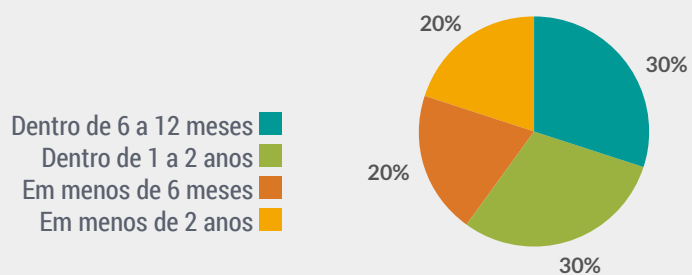
De forma geral, o empresário acredita que essa dívida representa atualmente:



Quitação da dívida

Dos empresários entrevistados, 60% afirmaram que a previsão para quitar a dívida gira em torno de 1 ano. Ainda, 20% acreditam saldar a dívida em menos de 6 meses e outros 20% em mais de 2 anos.

Tempo aproximado no qual o empresário acredita que conseguirá quitar sua dívida:



Fonte: Shutterstock

FORNECEDORES

Produtos essenciais

Como produtos essenciais para o seu negócio, os empresários destacam (em ordem decrescente de menções):

- ferramentas;
- peças automotivas em geral;
- óleo;
- baterias automotivas;
- tinturas;
- filtro;
- aditivo;
- amortecedor;
- bicos injetores;
- chapa;
- cilindro de oxigênio e selênio;
- contraste;
- derivados de petróleo (tíner);
- detergente específico;
- descarbonizantes;
- fios;
- gás;
- lâmpadas;
- máquinas de reparos;
- perfis;
- pneus;
- radiadores;
- bombas;
- suspensão.

Fornecedores locais e nacionais

As empresas contam, em média, com quatro fornecedores para esses produtos, sendo que as peças automotivas e as tinturas são os produtos para os quais, em geral, os empresários contam com mais de 10 fornecedores cada. Desses fornecedores, 55% estão localizados na mesma cidade em que os negócios, e 23% em outras regiões do país, como é o caso de peças específicas. Ainda, 22% estão situados em outras cidades do Estado da Bahia, como é o caso de óleos, tinturas e também de algumas peças.

Satisfação com fornecedores

Os empresários se mostram satisfeitos com esses fornecedores, sendo que a média de satisfação é de 4,3 (em uma escala de 1 a 5, em que 1 significa “muito insatisfeito”, e 5, “muito satisfeito”).

Produtos de apoio

Os produtos de apoio são aqueles que não têm o papel de protagonistas do negócio, mas dão suporte à venda ou à produção do produto principal, ou são incorporados ao serviço final, em busca de aumentar o lucro do negócio. Os produtos de apoio destacados pelos empresários do segmento de reparação de veículos automotores são (em ordem decrescente de menções):

- material de escritório;
- material de limpeza;
- ferramentas;
- EPIs;
- óleos automotivos;
- filtros automotivos;
- peças automotivas;
- álcool;
- borracha para vulcanizar pneus;
- buchas;
- carrinho para revisar parte inferior do automóvel;
- cola para vulcanização;
- compressor;
- computadores;
- elevador para automóvel;
- estopa;
- gás argônio;
- macaco hidráulico;
- paleteira.

Fornecedores locais e nacionais

Para esses produtos, os empresários contam, em média, com dois fornecedores por produto, sendo que 75% deles estão localizados no mesmo município do negócio e, 21%, em outros municípios do estado.

Satisfação com fornecedores

A média de satisfação com esses fornecedores também é de 4,4 (em uma escala de 1 a 5, em que 1 significa “muito insatisfeito”, e 5, “muito satisfeito”), o que demonstra que eles estão bastante satisfeitos.

Serviços essenciais

Os serviços considerados essenciais para o funcionamento de suas empresas são (em ordem decrescente de menções):

- energia elétrica;
- fornecimento de água;
- internet;
- mecânico;
- serviço de telefonia;
- pintura;
- alinhamento de veículos;
- balconista;
- fornecimento de sucata;
- manutenção dos computadores;
- manutenção de alarmes;
- sistema informatizado;
- troca de óleo.

Fornecedores locais e regionais

Em média, os empresários contam com dois fornecedores para cada um dos serviços essenciais. A maioria desses fornecedores (70%) está localizada no mesmo município em que as empresas pesquisadas, e 26% dos fornecedores se encontram em outros municípios do Estado da Bahia.

Satisfação com fornecedores

A média de satisfação com esses fornecedores é de 4 (em uma escala de 1 a 5, em que 1 significa “muito insatisfeito”, e 5, “muito satisfeito”), o que demonstra também uma boa satisfação nesse quesito.

Serviços de apoio

Os principais serviços de apoio destacados para a atividade são (em ordem decrescente de menções):

- contabilidade;
- bombas injetoras;
- retífica de motores;
- telefonia;
- consultoria Sebrae;
- segurança;
- aluguel;
- consultoria jurídica;
- serviços de guincho;
- administrativo;
- fornecimento de água;
- torno mecânico.
- energia elétrica;
- informática;
- transporte;
- internet;

Fornecedores locais e nacionais

Neste caso, a maioria das empresas do segmento conta com um fornecedor para cada serviço, sendo que 87% deles estão localizados no mesmo município em que a companhia e 10% estão em outros municípios do Estado da Bahia.

Satisfação com fornecedores

A média de satisfação dos empresários com os fornecedores dos serviços de apoio é de 4, o que, como no caso dos outros fornecedores apresentados, também mostra uma boa satisfação.



Fonte: Shutterstock

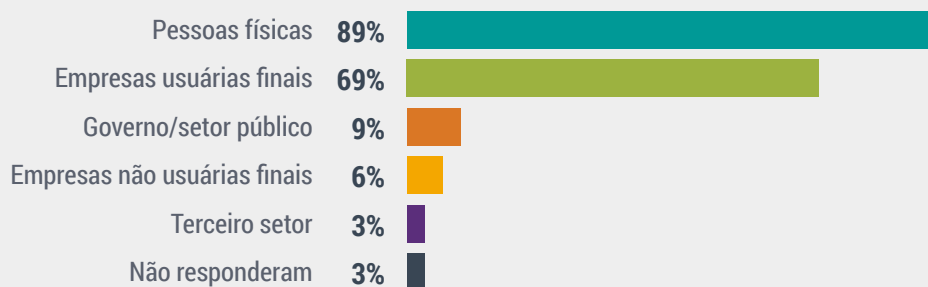
CLIENTES

Composição da carteira de clientes

Os seguintes tipos de clientes foram explorados na pesquisa:

- Pessoas físicas: são clientes finais, proprietários de veículos automotores.
- Empresas usuárias finais: empresas de vendas e concessionárias de veículos.
- Empresas usuárias não-finais: trata-se de outras empresas que dependem do serviço de uma terceira empresa para a fabricação de suas peças ou serviços.
- Governo: empresas e Instituições públicas.
- Terceiro Setor: Instituições sociais ou sem fins lucrativos.

A maioria das empresas pesquisadas tem como principais clientes pessoas físicas (89%):



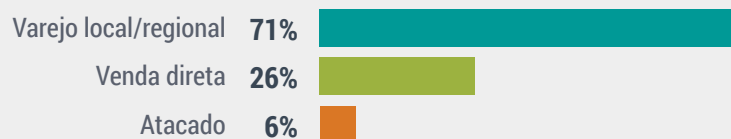
*A soma final ultrapassa 100%, pois os entrevistados tinham a opção de escolher mais de uma alternativa.

Principal canal de vendas

Para realizar a comercialização dos serviços e produtos deste segmento, os canais de escoamento mais utilizados são:

- Varejo local: lojas e concessionárias locais.
- Venda direta: em geral, as oficinas automotivas fazem a comercialização de peças para conseguir viabilizar o serviço de reparo.
- Atacado: são empresas que comprem produtos de outras empresas em larga escala e a um preço bem mais baixo que o de mercado.

As empresas pesquisadas utilizam os canais de venda na seguinte proporção:



*A soma final ultrapassa 100%, pois os entrevistados tinham a opção de escolher mais de uma alternativa.

Dos empresários pesquisados, 63% concordam que precisam se preocupar em inovar seus serviços para oferecer opções sempre melhores para seus clientes.

A palavra do empresário

“Pessoa física: pequenos, médios e grandes agricultores, funcionários públicos e empresários. Pessoa jurídica: fazendas, empresas de transporte. Atendemos Barreiras e região, outras cidades próximas, porque Barreiras está no meio de outras muitas microrregiões.”

“Clientes de Salvador e cidades próximas. Mais homens, acima de 40 anos, de classe média. Algumas pessoas jurídicas, como de transporte coletivo e transportadoras. No caso das empresas, nós é que vamos até o cliente fazer o conserto. Temos mais volume de pessoa física, mas as vendas para empresas são de valor maior.”

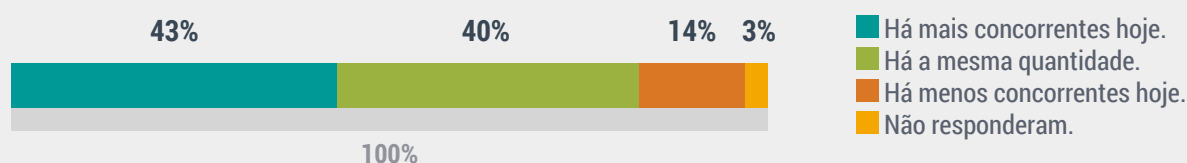
AMBIENTE COMPETITIVO

Concorrência e novos entrantes

Os empresários do segmento pesquisado, em geral, conhecem a concorrência e o que pode substituir diretamente seus serviços. Segundo eles, o número de concorrentes tem diminuído e há espaço para todas as empresas do mercado, desde as menores até as maiores. Há muitas oficinas de qualidade que oferecem bons serviços e garantias. Além disso, eles afirmam que seus maiores concorrentes estão localizados na capital ou em grandes centros, o que deixa espaço para atuar no interior.

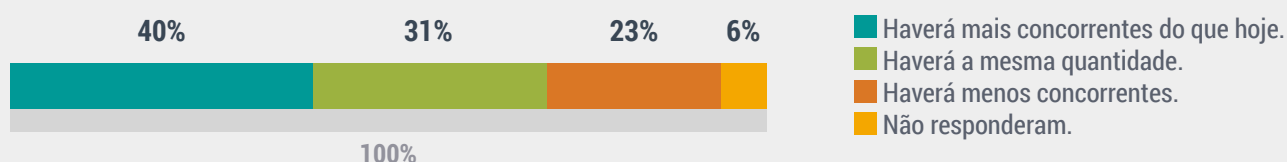
Os empresários do segmento se dividem bastante em suas opiniões sobre quantidade de concorrentes e novos entrantes do mercado: 43% deles acreditam que o número de concorrentes no mercado é maior atualmente em relação ao ano passado; 40% pensam que a quantidade é a mesma; e 14% acreditam que, atualmente, há menos empresas do mesmo segmento no mercado.

Quantidade de concorrentes no mercado em comparação com o ano passado



Quantidade de concorrentes daqui a 1 ano em relação a hoje

Em relação ao futuro da concorrência, a maior parte dos empresários acredita que, em 1 ano, haverá mais concorrentes no mercado, enquanto um terço deles acha que a quantidade será a mesma. Outra parte também acredita que haverá menos empresas concorrendo daqui a 1 ano. As opiniões são bastante diversas, o que pode ser explicado pela diferença de regiões de atuação das empresas pesquisadas, e também pela incerteza quanto ao futuro do segmento:



Em consulta aos dados oficiais disponibilizados no site [RAIS/ CAGED](#), verificamos que, em 2015, a Bahia contabilizava 1.165 estabelecimentos cadastrados no CNAE 4520-0/01, ou seja, serviços de manutenção de veículos e reparação mecânica. Analisando as mesorregiões do estado, verifica-se a maior concentração de estabelecimentos na Região Metropolitana de Salvador, com 495 locais, seguida pelo Sul Baiano, com 182 estabelecimentos e, depois, pelo Centro Norte baiano. Esses dados possibilitam entender o tamanho deste mercado e sua concentração.

Dados econômicos [publicados](#) em relação à atividade do setor da Indústria mostram que, desde 2014, o setor vem apresentando um resultado negativo em termos de produção, sendo que o maior pico negativo foi atingido em 2015, quando chegou a -6,3%. A projeção aponta que, em 2017, depois de progredir lentamente, a produção de setor alcançará 0,5%. Essas projeções são realizadas a partir de bases móveis, ou seja, sempre considerando o resultado do ano anterior.

Outro dado que consolida a projeção positiva, apesar de o resultado ainda não estar satisfatório, é a [Formação Bruta de Capital Fixo](#), que mostra o quanto o país irá adquirir de novos maquinários. Os dados mostram que, em 2014, chegamos a -4,2%; já em 2015, atingimos o maior pico, -13,9%. Para 2017, projeta-se 2,5%. Esses dados mostram que a Indústria está reagindo e novas aquisições de máquinas irão acontecer, beneficiando toda a cadeia produtiva do setor.

Analisando todas essas informações, sugerimos que a Indústria vem se reerguendo da forte crise que iniciou em 2014, com o maior pico de declínio em 2015, dado que sugere que a demanda de mercado da Indústria ainda deve aumentar nos próximos anos, mesmo que lentamente.

Além disso, e como já mencionado anteriormente, este tipo de serviço se beneficia de uma frota veicular já consolidada, pois uma frota mais antiga nas ruas demanda a realização de reparos e de manutenção, o que pode ser cada vez mais recorrente, devido à falta de Programas Governamentais para o fomento de novos veículos à população.

Palavra do empresário

“Meus concorrentes são outras concessionárias (existe um concorrente direto na cidade) e concessionárias de outras marcas de motocicletas. A concorrência mais numerosa é na parte de serviços, por meio de outras oficinas.”

“Tem mais gente quebrando do que abrindo. Existem muitos concorrentes sem registro, sem CNPJ, que não geram emprego, não pagam impostos, não são fiscalizados e proíbem o mercado. Também há aqueles concorrentes diretos, com a mesma estrutura da gente, oficinas organizadas e que oferecem garantia. E existem as concessionárias, que são muito caras.”

Substitutos diretos e indiretos

Os substitutos diretos e indiretos geralmente são produtos ou serviços semelhantes com preços menores, que serão mais procurados caso a renda dos clientes caia ou aumente por um determinado período. Os empresários do segmento afirmam que a preocupação deles com substitutos diz respeito à possibilidade de a compra de novos veículos se tornar mais atrativa que a reparação e a manutenção dos usados.

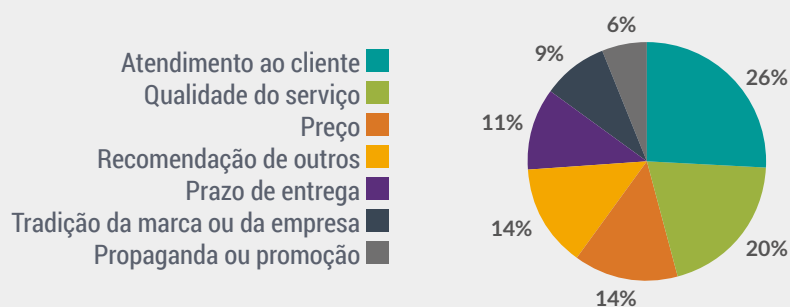
Da mesma forma, os carros novos estão sendo fabricados com um nível maior de tecnologia, e os empresários que não estiverem preparados e devidamente qualificados poderão ser substituídos. Somado a isso, há os benefícios governamentais para a compra de carros novos com essa tecnologia, o que torna a tendência à substituição mais evidente.

Os empresários do segmento percebem que o produto substituto direto são os carros novos, pois não demandam serviços de reparos automotivos.

Estratégias de diferenciação

As estratégias de diferenciação que os empresários utilizam para se destacar dos concorrentes dizem respeito, principalmente, à qualidade do serviço prestado, ao atendimento do cliente e ao preço. Eles elencaram os três atributos que consideram mais importantes para atrair os clientes para os seus negócios, e os resultados estão a seguir:

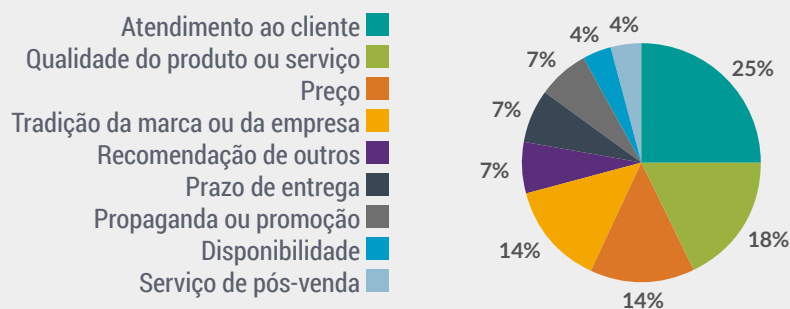
Atributo mais importante



Segundo mais importante



Terceiro mais importante



Legislação

Além da legislação e da fiscalização comum a todas as empresas, como a trabalhista e a fiscal, as companhias do segmento que trabalham como concessionárias autorizadas são fiscalizadas pelas marcas fabricantes dos veículos. Algumas ainda contam com o controle do Ibama, de acordo com o tipo de resíduo gerado pelas reparações, que deve ser destinado corretamente para não prejudicar o meio ambiente.



Ministério do Meio ambiente - CONAMA

Resolução nº 362/2005: sugere que o uso contínuo do óleo lubrificante acaba por poluir o meio ambiente. Assim, recomenda que este seja armazenado, recolhido e destinado de maneira adequada.

Dos empresários entrevistados, 57% concordam que o governo deveria criar mais leis que facilitem o desenvolvimento do setor, mesmo que isso signifique maior exigência ou custos mais altos.

A palavra do empresário

“Apenas as regras impostas pela Honda. Como nós somos concessionárias Honda, temos fiscalizações deles. Não temos outras fiscalizações.”

“Ibama: temos que cumprir o estatuto do meio ambiente, como coletor de óleo, caixa separadora de água e óleo e canaletas, para não jogar produtos que não podem ir direto para o meio ambiente. A prefeitura também faz fiscalizações. Quando colocamos a fachada, por exemplo, tivemos fiscalização para verificar a metragem e pagamos impostos sobre a fachada.”

Gargalos no segmento

A maioria dos empresários pesquisados do segmento acredita que a maior ameaça em médio prazo é o prosseguimento da crise econômica, pois a falta de emprego e a instabilidade financeira fazem com que as pessoas adiem a manutenção de seus veículos. Boa parte também crê que o aumento dos impostos pode ameaçar os negócios, por fazer os lucros caírem muito e diminuir a rentabilidade do segmento.

Os programas de financiamento para a modernização indústria, bem como as linhas de crédito com juros reduzidos voltados para as MPE foram restringidos no momento de crise econômica no país. Essas medidas de controle e maior rigidez dos gastos públicos geram uma desaceleração na economia, visto que as linhas de crédito se restringem e tanto os investimentos para as MPE quanto para as maiores indústrias de serviços e reparos automotivos que fazem parte da cadeia produtiva.

Até a crise financeira se instalar no país (meados de 2014), muitas dessas linhas de crédito ainda estavam ativas, porém não foram renovadas, a exemplo das linhas disponíveis pelo [BNDES](#).

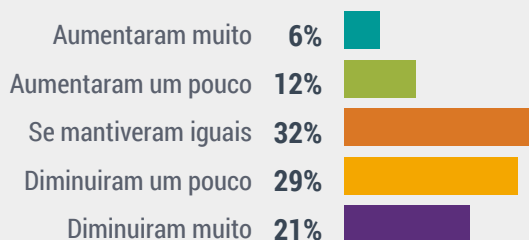
Alguns empresários também afirmam que a concorrência é uma grande ameaça, principalmente dos serviços que não são devidamente legais. Outra parte deles não vê ameaças ao setor, e alguns acreditam que a evolução tecnológica pode ser um entrave futuro, como os carros automáticos, que demandam menos reparos e manutenção.

A automatização cada vez maior dos carros, bem como a estabilização da frota de veículos são realidades. Porém a automatização de veículos leva a reparos e consertos que requerem conhecimentos mais ligados à robótica do que à mecânica somente, e isso também caracteriza um gargalo, pois haveria um momento no qual as MPE teriam de se capacitar e adquirir novo maquinário para atender à demanda. A estabilização da frota de veículos gera uma maior necessidade de reparos, porém o gargalo é o fato de que esta demanda não será crescente, e sim mais estável, uma vez que a venda de novos veículos será menor do que no passado, assim como vivido em 2012.

Investimentos realizados

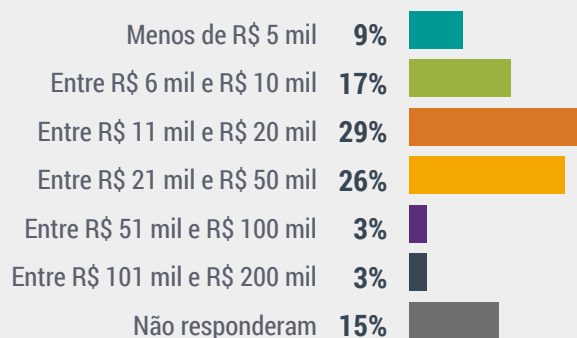
Em comparação com o ano anterior, metade das empresas afirmam que os investimentos diminuirão, em pouca ou muita proporção. Aproximadamente um terço (32%) delas afirmam que os investimentos em capacidade produtiva ou de atendimento do seu negócio têm se mantido iguais, e apenas um quarto das empresas disseram que os investimentos aumentaram no período.

Investimentos em capacidade produtiva ou de atendimento do negócio em comparação ao ano passado



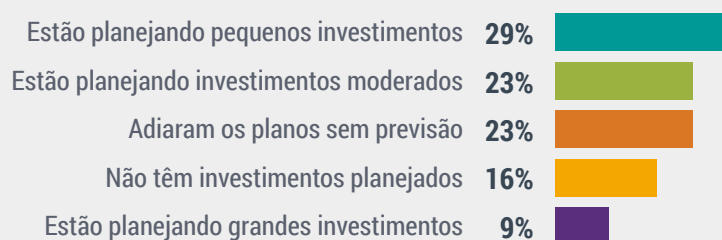
Os valores investidos pelos empresários em capacidade produtiva ou de atendimento variam bastante entre as empresas pesquisadas. A maioria (54%), porém, concentra-se em montantes até R\$ 20 mil.

Valor investido na empresa em capacidade produtiva ou de atendimento em 2015



Metas de investimento e expansão

A maioria dos empresários (60%) está planejando investimentos para os próximos 2 anos, sendo que 23% deles afirmam que serão aportes moderados, e 9% dizem ser grandes investimentos:



Expansão do negócio

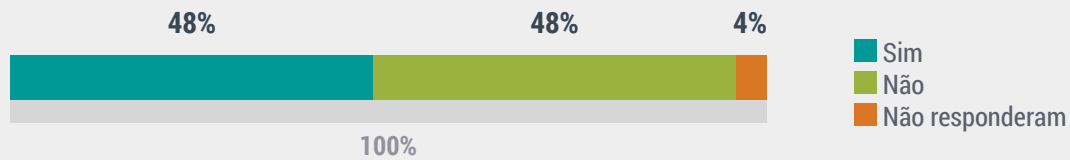
Para os empresários que planejam investimentos, questionou-se para que fins serão esses aportes, e as respostas estão discriminadas no gráfico a seguir.



*A soma final ultrapassa 100%, pois os entrevistados tinham a opção de escolher mais de uma alternativa.

Crédito

Sobre o meio de obter recursos para realizar os investimentos planejados, a maioria das empresas afirmam que não pretendem buscar crédito em nenhuma instituição financeira:



Dos empresários pesquisados, 71% acreditam que os negócios em reparação de veículos automotores irão crescer nos próximos anos.

A palavra do empresário

“Pretendemos fazer pequenos investimentos em comunicação. Não vamos fazer empréstimo. Espero ter, em 5 anos, uma carteira de clientes mais selecionada e estar mais organizado em termos de gestão e recebimentos, evitando cada vez mais a inadimplência.”

“Vamos investir em marketing e expansão para venda em outras cidades (investimento em equipe, combustível e material).”

Investimentos necessários

Estruturação: para atuar no segmento, a empresa pode oferecer diferentes atividades, como manutenção mecânica, elétrica e suspensão. Cada uma delas exigirá diferentes investimentos e qualificações da empresa.

Estrutura física: a estrutura básica de uma oficina de reparação de veículos é composta por duas áreas: uma para o escritório e outra para a área operacional (execução dos serviços). O tamanho da área operacional (em m²) é o que determina a capacidade de atendimento da oficina. Quanto maior a área, mais posições de trabalho e, portanto, mais carros podem ser consertados ao mesmo tempo. O *layout* (disposição) representa a posição e a distribuição, no espaço, das vagas (boxes) de execução dos serviços, das máquinas e dos equipamentos, o local do primeiro atendimento (balcão de recepção, sala de espera), os depósitos, entre outros. Um *layout* adequado e bem integrado é fundamental para que a oficina alcance o volume de produção desejado.

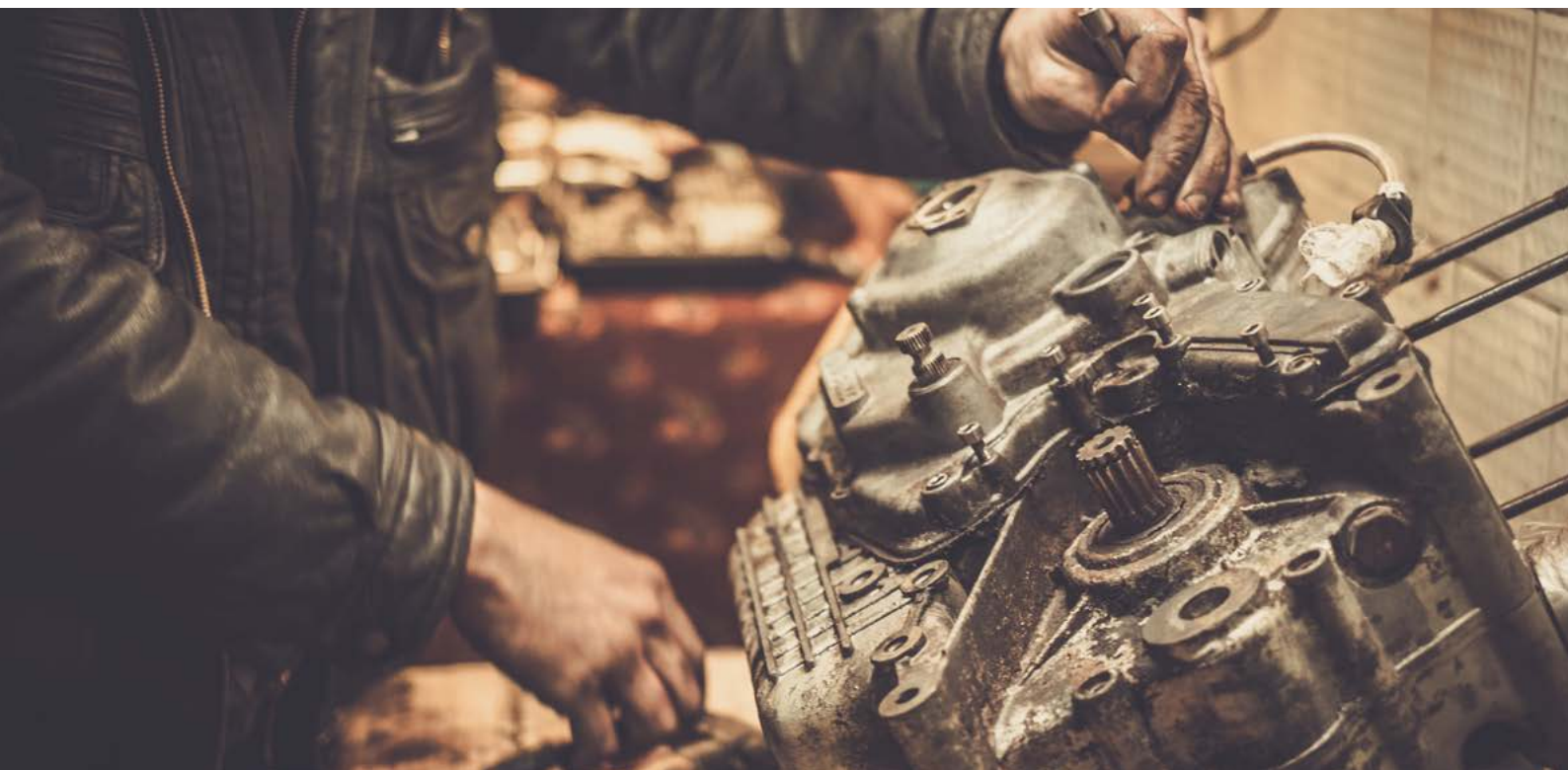
Para uma oficina, os custos têm relação com:

Recursos materiais estimados para a montagem de uma oficina de reparação:

- mecânica de veículo leve: de R\$ 60 mil a R\$ 70 mil;
- autoelétrica: de R\$ 50 mil a R\$ 60 mil;
- funilaria e pintura: de R\$ 100 mil a R\$ 130 mil.

Investimentos estimados em estrutura:

- reformas e adaptação do imóvel: R\$ 20 mil;
- luminoso + fachada: R\$ 2 mil;
- abertura da empresa: R\$ 2 mil;
- *marketing* inicial: R\$ 2 mil;
- microcomputador: R\$ 1.500,00;
- impressora: R\$ 500,00;
- mesas e cadeiras: R\$ 1.500,00;
- móveis e utensílios de escritório: R\$ 1.500,00;
- linhas telefônicas: R\$ 200,00.



Fonte: Shutterstock

A photograph of a man wearing a dark baseball cap, leaning over and working on the engine of a car. The image is heavily filtered with a warm, orange-brown color, giving it a vintage or industrial feel. The background is blurred, showing what appears to be a workshop or garage setting. The text is overlaid in the center of the image.

ESTRATÉGIAS DE MERCADO E COMERCIALIZAÇÃO

ESTRATÉGIAS DE MERCADO E COMERCIALIZAÇÃO

Neste capítulo do Estudo, as estratégias serão apresentadas em duas etapas, conforme os momentos de maior relevância e criticidade que este tipo de negócio apresenta no momento de aquisição de peças e equipamentos e no momento de atendimento e do reparo em si.

Aquisição de peças e equipamentos

A primeira parte da cadeia de serviços de reparação de veículos está na aquisição de peças e equipamentos para reparo ou manutenção dos automóveis. Para isso, as empresas pesquisadas contam com fornecedores da Bahia e de outros estados, geralmente distribuidores autorizados, ou diretamente da fábrica da marca, no caso de oficinas autorizadas.

Opinião do empresário

“De fora da Bahia, eu compro o mínimo, só algumas peças muito específicas, que não encontro aqui, como peças de acabamento, por exemplo. Temos um pequeno estoque das peças de alto giro. As demais são solicitadas sob demanda.”

“Nós compramos o óleo de um revendedor/distribuidor de Salvador – o representante vem aqui na empresa. As peças novas nós compramos por telefone de fornecedores de Salvador, Feira de Santana/BA e de São Paulo. Todos vendem as mesmas peças – nós fazemos pesquisa para ver o fornecedor mais barato. Mesmo vindo de São Paulo, às vezes as peças ainda saem mais baratas. Todos os fornecedores entregam via transportadora na porta da nossa empresa.”

Atendimento e reparo

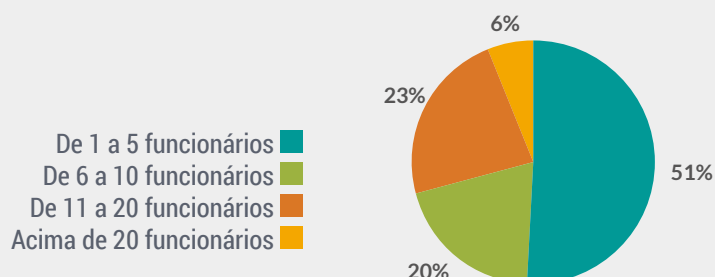
Na parte operacional, há um profissional responsável por atender o cliente e entender o caso. Depois da verificação do problema e do levantamento de possíveis outros defeitos, é feito um orçamento com base na mão de obra para o serviço e nas peças que serão utilizadas. Quando o cliente aprova, inicia-se o processo de reparo quando há peça em estoque. Se a empresa não possui uma peça específica, é feito o pedido para o fornecedor e informado um prazo ao cliente. Geralmente, as oficinas contam com profissionais específicos para cada tipo de serviço.

A retirada do veículo é, em geral, feita pelos clientes. Os empresários afirmam que gostariam de oferecer o serviço de entrega do veículo na residência dos clientes, porém os custos e os riscos dessa operação são altos, por isso preferem não oferecer.

Capacidade produtiva e de vendas das empresas que atuam neste ramo

Entre as empresas pesquisadas, a média de funcionários é de nove pessoas. A variação de colaboradores é bastante grande, existindo empresas com somente uma pessoa e outras com até 70 envolvidos.

Quantidade de funcionários



Filiais

Apenas 9% das empresas pesquisadas do segmento afirmaram não possuir filial, sendo que a maioria delas engloba uma filial além da matriz, e uma delas possui duas filiais além da matriz.

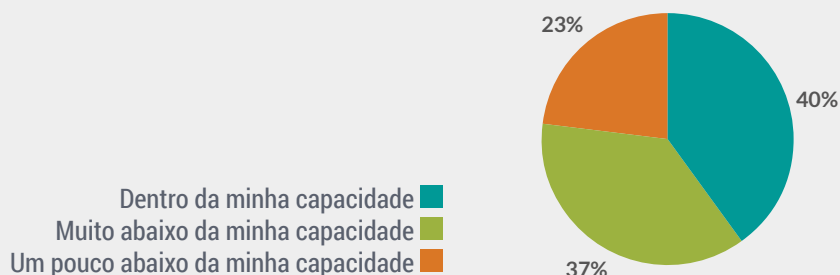
Volume médio de trabalho

O volume médio de serviços em um mês típico é de **110 veículos reparados**. Esse número varia de 8 a 400 unidades entre as empresas pesquisadas. Os maiores volumes correspondem às empresas com mais de 10 funcionários cada.

Oferta e utilização da capacidade produtiva

A relação entre demanda e capacidade de atendimento máxima é um pouco diversa entre as empresas pesquisadas. A maioria (60%) afirma que a demanda atual é menor que a capacidade máxima de atendimento da empresa. O restante (40%) afirma que está operando dentro da sua possibilidade de atendimento e que a demanda não ultrapassa sua capacidade máxima atualmente.

Demanda atual em relação à capacidade de atendimento da empresa



POSSIBILIDADES DE NOVOS NEGÓCIOS

O segmento de reparação de veículos automotores possui, atualmente, mais de 110 mil empresas no Brasil, gerando mais de 1 milhão de empregos em todo o país, segundo dados da Associação Brasileira das Reparadoras Independentes de Veículos (Abrive, 2015). Atualmente, o consumidor está cada vez mais exigente em relação à qualidade, a profissionalismo, a certificações e a garantias. Assim, o setor pede por empresas que ofereçam essas qualidades para se manter no mercado. Outra mudança no segmento diz respeito à concorrência. As oficinas reparadoras hoje competem com franquias especializadas no conserto de veículos e enfrentam a necessidade de maior conhecimento técnico em virtude de a compra de automóveis importados ter aumentado.

Assim, algumas oportunidades neste mercado estão na qualificação e na atualização técnica constantes, bem como na procura pela melhoria contínua e pelo oferecimento de atendimento personalizado e de excelência.

Confira a seguir algumas oportunidades para as empresas do setor:

- A maior parte dos empresários afirma que a redução da carga tributária incidente no setor e mais os incentivos do governo, como acesso ao crédito (específicas às MPE do setor a exemplo do disponibilizado pelo [BNDES](#)) e menos burocracia, são as principais oportunidades para o segmento. Além disso, o aumento no comércio de veículos é também um fator que pode aquecer o segmento. Outros, como inovações em peças e veículos, parcerias com seguradoras para a indicação de reparos, veículos com menor complexidade no futuro e aumento na qualificação da mão de obra, com cursos especializados para a área, por exemplo, também podem alavancar o segmento em médio prazo.
- Uma oportunidade apontada pelos empreendedores do segmento é a criação de um serviço de distribuição de peças no estado, dada a dificuldade em encontrá-las e a necessidade que isso gera de utilizar fornecedores em outros estados. Com o fornecimento mais próximo, os custos logísticos diminuiriam e haveria reflexo no preço final do serviço, tornando-o mais barato e mais competitivo no mercado.
- Apesar de avaliarem de forma positiva as entregas, os empreendedores acreditam ter espaço para melhoria, tanto na qualidade técnica da mão de obra quanto na do atendimento. Essa situação abre espaço para negócios relacionados à formação e à reciclagem de profissionais para o mercado.
- Outra oportunidade apontada pelos empreendedores está no desenvolvimento de tecnologias e melhorias de gestão. Os avanços tecnológicos ajudam a diminuir o tempo de entrega e a melhorar a qualidade, além de diminuir os custos. As melhorias na área de gestão são uma necessidade constante para qualquer negócio que almeja o sucesso.
- O atendimento especializado a públicos específicos, como mulheres e idosos, por exemplo, pode ser uma boa oportunidade, visto que este público requer um atendimento diferenciado e procura ser fiel.
- A oficina atender a uma marca específica também pode ser uma oportunidade, pois, dessa forma, o empresário conseguirá dirigir os esforços em qualificação e especialização para somente um tipo de fábrica. Além disso, poderá gerar economia de investimento, visto que o empresário terá

um estoque reduzido de peças e os equipamentos para reparos serão específicos para uma marca apenas.

- A comercialização via *web* é outra oportunidade, pois nesta modalidade o empresário diversifica seu *mix* de produtos/serviços com esforço e investimento baixos, precisando apenas investir em desenvolvimento de plataforma digital de *e-commerce* e na logística de entrega.
- Outro modelo de negócio que está crescendo é a lavagem de carros a seco. A pauta da sustentabilidade cada vez mais estimula a população para que adote hábitos sustentáveis. Sendo assim, esse tipo de lavagem tem conquistado cada vez mais clientes.

Dos empresários de reparação de veículos automotores, 54% concordam que existem muitas oportunidades a serem exploradas no segmento em que atuam.



Fonte: Shutterstock

INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS E TENDÊNCIAS PARA O SEGMENTO

As inovações nas oficinas estão ocorrendo de duas maneiras: na gestão do negócio e nos novos equipamentos para reparos. Para a [gestão](#), é necessário que o proprietário busque qualificação na área, a fim de que se habilite para administrar o estoque, as despesas e a precificação de seus serviços, buscando maior rentabilização de sua empresa.

O surgimento de equipamentos mais modernos para o uso de reparos de veículos é favorável aos empresários e aos funcionários, uma vez que esses novos equipamentos são mais seguros e diminuem o tempo da manutenção, aumentando a capacidade produtiva da oficina.

As [inovações tecnológicas dos veículos](#) obrigam as oficinas automotivas a buscar capacitação voltada à robótica. A tendência é por carros cada vez mais autônomos e inteligentes, que tendem a substituir cada vez mais a parte mecânica do motorista e, por outro lado, podem aumentar a dependência de oficinas preparadas para atender a essa nova demanda.

Os empresários de serviços de reparação de veículos observam algumas inovações tecnológicas para o seu segmento nos últimos anos, principalmente em relação a ferramentas que melhoram o processo de manutenção e reparação, bem como a melhorias tecnológicas nos veículos. Todos avaliaram essas inovações como impactos positivos na cadeia.

A seguir, estão listadas as inovações pontuadas pelos empresários:

- alinhador de direção de maior precisão;
- alinhador de veículos;
- alinhamento e balanceamento 3D;
- aparelho de autodiagnóstico;
- atualização das máquinas;
- câmeras de segurança;
- elevador computadorizado de veículos;
- máquina de cartão;
- modernização de máquinas;
- modernização dos veículos;
- processo de automatização no rastreamento de falha nos motores dos veículos;
- sistema de automação;
- sistema para gerenciar estoque e serviços.

Das empresas entrevistadas, 60% dizem ter observado em seu segmento muitas novidades em produtos e serviços nos últimos anos.

FONTES DE APOIO AO SETOR

Atenção, empresário! Conheça as principais fontes de apoio ao segmento

O Governo do Estado da Bahia incentiva o desenvolvimento e o fortalecimento do segmento por meio de ações como a [Desenbahia](#) – Agência de Fomento do Estado da Bahia. Dessa forma, apoia as empresas atuando como repassador financeiro do BNDES no estado.

A Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SDE) apoia o desenvolvimento do setor de [serviços](#) para fortalecer sua posição estratégica na região Nordeste, estimulando os encadeamentos produtivos oportunizados pelos grandes investimentos em curso, com ação direcionada às micro e pequenas empresas.

No que se refere à capacitação da mão de obra local, o Governo do Estado oferece suporte para a seleção, o treinamento e o aperfeiçoamento, por meio dos diversos centros de formação profissional presentes no estado, como o Senai/Cimatec, que oferece treinamentos específicos voltados à área de desenvolvimento, projeto e fabricação de automóveis, bem como cursos técnicos, cursos superiores em tecnologia aplicada e especializações.

O Banco do Nordeste oferece uma linha específica para micro e pequenas empresas. Com a intenção de apoiar o desenvolvimento dos pequenos negócios e da região, são oferecidos alguns produtos:

- Capital de giro: soluções financeiras para o dia a dia do negócio.
- [Financiamentos](#): com as menores taxas e os maiores prazos do mercado.
- [Crédito Comercial](#): antecipação de recursos para aumentar o saldo em caixa.
- [Crédito para facilitar](#): soluções financeiras para o dia a dia da empresa.
- [Investimentos](#): aplicações e maior rentabilidade.
- [Seguridade e serviços](#): segurança do banco a favor da empresa.
- [Fórum permanente MPE](#): contribui para o melhor atendimento às MPE.

AÇÕES RECOMENDADAS

- Procure associações do setor ou instituições regionais, como o Sebrae, para entender como a empresa pode se unir às outras do segmento. Juntas, as empresas podem requisitar crédito para investimentos com taxas melhores e também negociar com os fornecedores em maior escala, podendo diminuir bastante os custos com peças, ferramentas e componentes utilizados nos consertos, ou mesmo o custo do transporte dos produtos, quando comprados por várias empresas. A união do segmento pode também representar maiores investimentos em capacitação da mão de obra na região.
- Para o setor, também foi desenvolvida a cartilha do Sebrae “[Guia de Tendências – setor automotivo](#)”, com informações detalhadas sobre reparação e suas tendências no Brasil.
- Trabalhe **somente** com fornecedores íntegros e honestos, que forneçam nota fiscal dos produtos. Assim, você irá garantir a origem dos produtos e as condições de concorrência para todos os envolvidos. Colaborar com a ilegalidade pode parecer benéfico no curto prazo, mas, ao longo do tempo, gera riscos jurídicos e tributários evitáveis.
- Forneça treinamentos e capacitações constantes para **todos** os colaboradores da empresa. Dessa forma, a qualidade do serviço prestado aumentará, enquanto os custos diminuirão, tornando o negócio mais competitivo.
- Procure fazer de seu empreendimento uma oficina autorizada por marcas automotivas. Essa chancela oferece maior confiabilidade aos serviços prestados e atua como chamariz para clientes que possuam veículos dessas montadoras.
- Procure sempre conhecer as legislações específicas do segmento, as normas técnicas, as políticas ambientais, as certificações e os demais assuntos de interesse do segmento.



A man wearing a dark baseball cap and a dark shirt is leaning over the open hood of a car, working on the engine. A laptop is placed on the left side of the engine compartment. The entire image has a strong orange and green color overlay. The text "TRILHAS DE ATENDIMENTO" is written in large, white, bold, sans-serif capital letters across the center of the image.

TRILHAS DE ATENDIMENTO

TRILHAS DE ATENDIMENTO DO SEBRAE

Com base nas ações necessárias ao desenvolvimento do segmento de reparação de veículos automotores, foi estabelecido o conjunto de soluções Sebrae para cada um dos grupos prioritários selecionados.

Trilhas de atendimento Sebrae/BA				
Nome do segmento	O caso deste segmento é ilustrado por empresas relacionadas ao segmento de reparação de veículos automotores. Esses negócios atendem ao mercado B2B e ao B2G.			
Setor: segmento	Correlação de foco entre portes e mercado			
Comércio e serviços: reparação de veículos automotores.		B2C (entre empresa e consumidor, utilizando <i>e-commerce</i>)	B2B (entre empresas)	B2G (entre empresa e governo)
	MEI (Microempreendedor Individual)	Não possui	X	X
	ME (Microempresa)	Não possui	X	X
	EPP (Empresa de Pequeno Porte)	Não possui	x	X
	PR (Produtor Rural)	Não possui	Não possui	Não possui
Premissas básicas para acesso ao mercado				
Premissas básicas	Desafios	Soluções empresariais	Soluções Sebrae	Classificação (Essencial ou Recomendável)
Logística (armazenamento, distribuição, capacidade de produção e atendimento).	Dificuldade de encontrar peças distribuídas no estado.	Buscar parcerias com outros empresários, para que as cargas e os custos possam ser divididos, garantindo a qualidade do transporte ou a criação de serviços de distribuição.	Oficina SEI – Unir forças para melhorar, Praticando o Associativismo Na Medida.	Essencial
Política de comercialização.	Preço da matéria-prima e da carga tributária.	Diminuir custos e despesas com outros procedimentos, a fim de repassar um valor menor ao cliente e aumentar o volume de vendas.	Sebrae Mais Gestão Financeira, Programa SEI – Formar preço, Programa Na Medida.	Essencial
Análise SWOT e concorrência.	Falta de mão de obra qualificada.	Oferecer capacitação na área ou processo específico, além de buscar instituições parceiras em treinamento, como o Sebrae e o Senai.	Jovens Empreendedores, Primeiros Passos, Programa Nacional de Educação Empreendedor, Pronatec.	Recomendável
	Dificuldade em encontrar peças específicas.	Formar parcerias com fornecedores para que a entrega de peças diferenciadas não atrase.	Oficina SEI – Comprar, Central de Oportunidades.	Recomendável
Tecnologia.	Carros com tecnologia avançada, que precisam de menos reparos.	Oferecer serviços que vão além de reparos com peças, como pintura, chapação etc..	Da Ideia ao Resultado – 12 Passos para Inovação, Elaboração de Projetos.	Recomendável

Mercado				
Acesso a mercado	Desafios	Soluções empresariais	Soluções Sebrae	Classificação (Essencial ou Recomendável)
Venda pessoal	Cliente compra as próprias peças.	Participar de feiras e eventos da área para ampliar a rede de relacionamento e de clientes, e orientá-los a comprar as peças na loja.	Sebrae Mais Orientações em Vendas, Programa SEI – Como atender para vender mais, Como divulgar o seu negócio, Programa SEI – Atraindo clientes através de sua marca, Programa SEI.	Essencial
Inovação e diferenciação				
Inovação	Soluções empresariais		Soluções Sebrae	
Reparos tecnológicos	Com a tecnologia cada vez mais agregada aos veículos, é fundamental que a oficina ofereça serviços de reparo para componentes eletrônicos.		Programa SEI, Sebrae Mais Gestão da Inovação, Sebraetec, Curso Gestão da Inovação Sebrae Mais.	
Filtros de redução de poluentes	Estes filtros atendem a demandas de cuidado com o meio ambiente, cada vez mais exigidas pelos consumidores.			
Manutenção preventiva	O fato de existirem cada vez mais carros conectados faz com que o veículo possa “avisar” ao dono quando é necessária alguma manutenção e qual é a oficina mais próxima. Estar conectado a essa rede será imprescindível.			
Combustíveis alternativos	Os sistemas de propulsão alternativos, como o hidrogênio e o elétrico, estarão presentes em boa parte das novas frotas de veículos. Conhecer como funcionam esses sistemas será um diferencial para o empreendedor.			

Referências

BAHIA. **Secretaria de Desenvolvimento Econômico**. Invista na Bahia. 2016. Disponível em: <<http://www.sde.ba.gov.br/Pagina.aspx?pagina=automotivo>>. Acesso em: 21 set. 2016.

DUQUE, Sérgio. **A reparação independente cria alternativas para crescer no país**. Revista Mercado Automotivo. São Paulo, v. 216, n. 1, p.1-1, fev. 2012. Disponível em: <<http://www.revistamercadoautomotivo.com.br/A-reparacao-independente-cria-alternativas-para-crescer-no-Pais/46/r/>>. Acesso em: 21 set. 2016.

GONÇALVES, Majô. **Sindirepa-SP e Sebrae-SP lançam cartilha para oficinas mecânicas**. 2016. Disponível em: <<http://versoassessoriaimprensa.com.br/sindirepa-sp-e-sebrae-sp-lancam-cartilha-para-oficinas-mecanicas-2/>>. Acesso em: 21 set. 2016.

RELATÓRIO da Pesquisa Conjuntural. 2016. Disponível em: <<http://www.sindipecas.org.br/sindinews/Economia/2016/RPCAGO2016.pdf>>. Acesso em: 21 set. 2016.

SEBRAE (São Paulo) (Org.). **Reparação de veículos: um negócio promissor**. 2014. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/02cabb3aef390a5b40c4cb4a42709734/\\$File/5688.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/02cabb3aef390a5b40c4cb4a42709734/$File/5688.pdf)>. Acesso em: 21 set. 2016.

SEBRAE. **Oficinas evoluem para atender público mais exigente**. 2015. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/oficinas-evoluem-para-atender-publico-mais-exigente,587bd9e532d44410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 20 set. 2016.

SEBRAE. **Tendências de Mercado para consertos de veículos**. 2015. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/tendencias-de-mercado-para-consertos-de-veiculos,4db88b88ba73e410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 20 set. 2016.

SEBRAE. **Tendências do setor automotivo**. 2015. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/tendencias-do-setor-automotivo,22cea97917504510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 20 set. 2016.

SIQUEIRA, Carol. **Projeto garante livre escolha de oficinas para reparos de carros por seguradora**. 2016. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/CONSUMIDOR/511126-PROJETO-GARANTE-LIVRE-ESCOLHA-DE-OFICINAS-PARA-REPAROS-DE-CARROS-POR-SEGURADORA.html>>. Acesso em: 21 set. 2016.