

Especial



GRUPOS DE RETALHO

O poder de competir

O mercado do retalho de peças em Portugal está a reorganizar-se a passos largos. Não sendo a única, uma das faces bem visíveis dessa reorganização são os denominados Grupos de Retalho.

TEXTO PAULO HOMEM

Há mais de dois anos que a revista PÓS-VENDA dinamizou um artigo sobre o desenvolvimento das redes de retalho em Portugal. A dinâmica do mercado permite perceber que alguns projetos que existiam a este nível deixaram de existir, outros nunca se conseguiram desenvolver e outros fundiram-se com outras organizações. Porém, a maioria dos projetos mantém-se muito ativos e com um dinamismo enorme, tendo entretanto aparecido novas redes de retalho a operar em Portugal. Cerca de 120 retalhistas de peças (que representam quase 160 balcões / armazéns de peças) estão neste momento integrados em Grupos de Retalho, o mesmo é dizer

que a sua expressão no mercado, ao nível do número de balcões / armazéns de peças, não é muito expressivo (tendo em conta que existem cerca de 5.000 retalhistas de peças em Portugal), porém, em alguns destes Grupos de Retalho estão também alguns dos maiores retalhistas nacionais.

Outras entidades, presentes no mercado, dispõem também de redes de retalho próprias (algumas até bastante expressivas), embora não estejam formalmente organizadas como grupos de retalho.

Outra tendência tem sido o crescimento de alguns grossistas assumindo presenças regionais (expressivas em alguns casos), com unidades mais pequenas ou por via da aquisição de outras entidades ao nível



PERGUNTAS

- 1 – Como tem evoluído o conceito de Grupo de Retalho em Portugal, no atual contexto do aftermarket?
- 2 – O futuro dos retalhistas de peças passa necessariamente pela associação dos retalhistas a Grupos de Retalho?
- 3 – Que vantagens objetivas traz para o retalhista estar integrado num Grupo de Retalho?
- 4 – O que é que as oficinas podem beneficiar do facto de o seu retalhista de peças estar integrado num Grupo de Retalho?

das peças de maior ou menor dimensão. O fenómeno dos Grupos de Retalho já extravasou as fronteiras, com a crescente presença de pelo menos uma empresa nacional em Espanha, como se regista também a entrada de uma empresa espanhola em Portugal, sem esquecer outros acordos existentes entre empresas de ambos os países, com reflexos evidentes no retalho de peças.

Todos estes conceitos, que envolvem o retalho de peças, vão continuar a evoluir nos próximos anos e até com uma tendência clara de agregação. Não quer isso dizer que o pequeno retalho desapareça, pois continua a existir em larga escala e o retalho de proximidade continua a fazer todo o sentido, por mais desenvolvida que esteja a logística.

Porém, é cada vez mais importante adicionar valor à peça que se entrega na oficina e isso faz-se através da disponibilização de conceitos oficiais (não é um exclusivo dos grupos de retalho), por facilitar o acesso a plataformas B2B, pelo apoio técnico (às oficinas), pela dinamização de campanhas comerciais mais atrativas, pela aposta em marcas próprias, pelas compras em “grupo” (melhores condições comerciais), pelo acesso direto aos fabricantes e, sendo assim, isso só pode mesmo ser garantido com os retalhistas dentro de Grupos de Retalho. ●



José Luis Bravo

GRUPO ASER

1O mercado de reposição em Portugal era altamente estratificado. Havia grandes grossistas que compravam aos fornecedores de peças de reposição e que por sua vez vendiam para os retalhistas, que eram os que chegavam diretamente às oficinas. Nos últimos anos, essa forma de distribuição tem variado, e é nessa época que os retalhistas entendem a necessidade de se agrupar para manter a lucratividade dos seus negócios e oferecer serviços de qualidade aos seus clientes.

2Sem dúvida, a associação oferece muitas vantagens e para potencializá-las e desenvolvê-las os Grupos procuram

umentar o número de associados e até mesmo a sua adesão a grandes Grupos internacionais, como ASER e Nexus. Mas não gosto de generalizar e de afirmar que o futuro dos retalhistas passa necessariamente pela associação, talvez seja generalizar demais, pois é provável que alguns retalhistas possam continuar a desenvolver a sua atividade sem ter que fazer parte de um Grupo. Mas se pudermos afirmar que encontrará cada vez mais dificuldades e o caminho ficará mais difícil, ainda mais num mercado cada vez mais competitivo, no qual o serviço e a rentabilidade farão a diferença. E é aqui que a necessidade de pertencer a um Grupo se torna mais evidente.

3Como “Central de Serviços”, as vantagens de ser parceiro da ASER vão além do acesso às condições comerciais dos nossos fornecedores, o que também é um ponto importante dessas vantagens que permite aos parceiros rentabilizar os seus negócios. A ASER disponibiliza aos parceiros ferramentas de marketing, promoção, formação e suporte, bem como um vasto leque de serviços aos seus clientes. São também vantagens outros aspetos. Em Portugal a nossa nova rede “aserAUTO”, uma “rede de oficinas” concebida

e desenhada para o mercado português. Os eventos e promoções desenvolvidos pelo e para o Grupo, que permitem ao integrante uma maior rentabilidade e lhe dão maior visibilidade. Também apoiamos com ferramentas de apoio à gestão interna, tanto financeira como de vendas e compras e, claro, disponibilizamos relatórios e reporting de todos os tipos para que os parceiros fiquem a par da evolução do Grupo e do mercado. Em resumo, as vantagens, no nosso entender são: proximidade, comunicação, inovação e transparência.

4 As vantagens que descrevemos no ponto anterior são aquelas que poderão usufruir as oficinas cujo retalhista pertence a um Grupo: acesso a fornecedores Premium a preços competitivos, promoções e campanhas para os seus clientes, cursos de formação, programas técnicos e de gestão e ajuda ... e todas estas vantagens são o que as oficinas poderão transmitir aos seus clientes na forma de um serviço de qualidade e reparação.

GRUPO ASER



Fundação: Nascimento em 2016 / Primer asociado en Portugal en 2018

Localização da sede: Madrid

Número de retalhistas aderentes: 43 (5 em Portugal)

Número de lojas: 85 (17 em Portugal)

Nome dos retalhistas aderentes: Em Portugal, Humberpeças, Samiparts, NPeças, Celparts e Mpeças

Principais marcas representadas: As mais importantes do aftermarket

Marcas exclusivas: ASER

Marcas Próprias: ASER

Redes oficiais dinamizadas: Em Portugal, lançamento de AserAUTO no segundo semestre de 2021. Em Espanha temos a STAR e a Tecnotaller

Website do grupo de retalho:

<https://aserautomotive.com/>

Responsável: Diretor Geral José Luis Bravo / Presidente Max Margalef

Email: central@aserautomotive.com

Telefone: +35 629 36 55



Nuno Wheelhouse Reis
REDEINNOV

1 Tem vindo a beneficiar de uma evolução do mercado mais rápida que o esperado, criando mais oportunidades aos membros da RedeInnov, e isso tornou-se especialmente notório no último ano, pelo facto de todos os membros da RedeInnov terem sido capazes de conquistar cota de mercado num ano em que o mercado encolheu.

2 Não “necessariamente”, mas estar integrado num grupo que acrescente valor e que permita ao retalhista aceder a reais benefícios de curto, médio e longo prazo, será com certeza um fator preponderante no seu sucesso.

3 A RedeInnov dinamiza vantagens em três áreas: compras, vendas e digitalização do negócio. As compras baseiam-se na compra direta aos principais fabricantes premium, beneficiando todos os membros da RedeInnov das condições de compra que são obtidas através do volume global de todos os membros, traduzindo-se em ganhos de rentabilidade significativos. Por outro lado, a RedeInnov dinamiza constantemente campanhas para as oficinas, serviços técnicos próprios de suporte à atividade de venda e pós-venda, e desenvolve um portal onde integramos todas as informações relevantes de suporte à venda de todas as marcas que comercializamos. A digitalização do negócio é algo que está presente no nosso desenvolvimento desde a fundação da RedeInnov em 2015, sendo que



esta área é um dos principais pilares de desenvolvimento de melhores serviços para os nossos clientes, por um lado, e por outro, é um contributo fundamental para a eficiência e redução de custos daí resultante para as operações dos membros da RedeInnov.

4 Os membros da RedeInnov são empresas de referência nos mercados onde atuam, com o foco muito claro na satisfação das necessidades dos seus clientes. A WebShop exclusivamente B2B, a oferta diversificada, garantindo a melhor opção em cada momento para cada viatura e seu cliente, a competitividade comercial e o serviço de entregas cada vez mais eficiente, são fatores que se têm demonstrado decisivos no momento de merecer a confiança das oficinas.

REDEINNOV



Data da Fundação: 2015

Localização da sede: Porto

Número de retalhistas aderentes: 10

Número de lojas / armazéns: 24

Nome dos retalhistas aderentes: Tisoauto, PDAuto, Rodeça, Maiorpeças, Orcopeças, MIMPeças, MCPeças, Auto Mafergil, Divpax, M.A.E. Peças Auto

Principais marcas representadas:

Mann Filters, Wix Filters, Dayco, Monroe, Denso & CTR, Valeo, ENI, Exide, FTE, Autel, ACPS, Breda Loret, Montcada

Marcas exclusivas: n/a

Marcas Próprias: Innovparts

Redes oficiais dinamizadas – n/a

Número de oficinas dentro destas redes: n/a

Endereço Portal de peças:

www.webshopredeinnov.pt

Endereço Portal técnico para oficinas:

www.webshopredeinnov.pt

Nº de formações realizadas por ano para oficinas: >30

Website do grupo de retalho:

www.redeinnov.pt

Responsável: Nuno Wheelhouse Reis

Email: geral@redeinnov.pt

Telefone: 223 263 288



Pedro Proença
CREATE BUSINESS

1 Para nós não existe “conceito de Grupo de Retalho”. Existe um mercado, distribuição, oportunidades e uma proposta de valor para os clientes. A nossa, pelos resultados, tem evoluído bem.

2 Os retalhistas estarão necessariamente com os modelos de negócio que lhes proporcionem vantagens para poder competir num mercado que será cada vez mais duro. Os mercados nos diversos países são diferentes e existem formas distintas de os diversos formatos

de distribuição acrescentarem valor. É isso que fará a diferença.

3 A integração, participação, parceria, ou qualquer outro formato de cooperação fazem sempre sentido se aportarem soluções para os problemas do dia a dia. Portanto diria que os retalhistas devem fazer um diagnóstico dos seus problemas e identificar de que forma podem encontrar as soluções adequadas.

4 O que foi respondido anteriormente também se aplica às Oficinas. A questão que se têm que colocar é: Quais são os nossos problemas? Gestão? Fornecimento de peças? Diagnóstico e reparação? Todos? Só a partir daqui é que podem identificar soluções. Tanto no caso das oficinas como dos retalhistas, o importante é um diagnóstico correto, para que as opções sejam as adequadas à necessidade de cada um e não decisões tomadas em função do momento ou da moda.

CREATE BUSINESS



Data da Fundação: 2018

Localização da sede: Alcabideche

Número de retalhistas aderentes: 12

Número de lojas / armazéns: 39 em Portugal, 8 em Angola e 11 em Espanha

Nome dos retalhistas aderentes: APL Expresso, Arsipeças, Francecar, Globescala, Isuvol, JF Autopeças, Lubrinor, Norparts, Peças Ram, Sandia Stand, Selcar, Turbomax

Principais marcas representadas: As principais marcas premium do Aftermarket

Marcas Próprias: IP

Redes oficiais dinamizadas: A Oficina, Auto Check Center, Tec4 car

Número de oficinas dentro destas redes: 210

Endereço Portal de peças: www.createbusiness.pt

Endereço Portal técnico para oficinas: www.createbusiness.pt

Nº de formações realizadas por ano para oficinas: n/d

Website do grupo de retalho: www.createbusiness.pt

Responsável: Pedro Proença

Email: info@createbusiness.pt

Telefone: 214 821 550

PUBLICIDADE

**ATLANTIC
PARTS**



www.atlantic-parts.com



José Alves Pires
ATLANTIC PARTS

1 e 2 Em termos gerais e em várias atividades (moda e alimentar, por exemplo) e também no aftermarket a tendência desde há várias décadas é o de retalhistas independentes a retalhistas “organizados”, ou seja, em Grupo.

Reflexo num primeiro instante de necessidade de poder.... sempre o poder. Em grupo emerge:

- Poder de mercado, que permite diminuir a pluviosidade da concorrência;
- Poder de negociação, na relação com fornecedores e também com os concorrentes no mercado. Aqui costumamos chamar o equilíbrio dos preços “target” (há outros nomes para este fenómeno, mas fiquemos por aqui).

Ora terminado, ou em evolução, esta necessidade, o futuro, agora já presente, motivou outra necessidade de permanecer em Grupo.

A evolução tecnológica e técnica obrigou a elevados investimentos.

Torna-se vital, e já não é suficiente a localização perto do consumidor, a qualidade do serviço, o espaço de armazenamento, as peças e a logística, é necessário:

- adquirir melhores aptidões técnicas e por isso necessária formação aos intervenientes da atividade;
 - melhores sistemas de informação, na identificação no caso, de peças, de esclarecimento online de questões técnicas e práticas (modo de fazer) especializadas na atividade de aftermarket;
 - Aceder às bibliotecas do fabricantes.
- Foi e será, pela necessidade de “poder” e pelo nível de investimento necessário em técnica e especialização, que o retalhista se tem de associar e organizar em Grupo.

4 Tal como se depreende da resposta anterior, o “poder” permitirá aceder a melhores condições, a ter eficácia na resposta técnica, a conhecer melhor os concorrentes.

Estes fatores são essenciais no serviço de qualidade ao cliente e consequentemente no crescimento de vendas e claro no objetivo final de aumentar a rentabilidade



GRUPO TRUSTAUTO



Data da Fundação: 2018

Localização da sede: Lisboa

Número de retalhistas aderentes: 19

Número de lojas / armazéns: 36

Nome dos retalhistas aderentes: n/d

Principais marcas representadas: n/d

Marcas exclusivas: Autopart, Bugatti,

OCAP, Kawe, General Ricambi, Tcmatic
Marcas Próprias: Trust Proline (baterias e escovas), Trust (limpa-vidros, anticongelantes, lubrificantes, escovas, transmissões, caixas de direcção, aditivos, limpa travões, AdBlue, água destilada, higienizante). Gama Oficial Trust (absorvente, lava-mãos, protecção para viaturas)

Endereço Portal de peças: I-Trust B2B
Endereço Portal técnico para oficinas - I-Trust (check-in, orçamentação, CRM)

Nº de formações realizadas por ano para oficinas: 300

Website do grupo de retalho:

<https://trustauto.pt/>

Responsável: Ricardo Ribeiro

Email: geral@afkt.pt

Telefone: 210 534 809

ATLANTIC PARTS



Data da Fundação: abril 1998

Localização da sede: Sintra

Número de retalhistas aderentes: 27 sócios e mais de 1.000 contas cliente e/ou associados ativas

Número de lojas / armazéns: Dois próprios, mais os armazéns dos sócios

Nome dos retalhistas aderentes: Sarilauto, Sintrapeças, Correia & Pedro, Casimiro & Coelho, Cameirinha Belchior & Machado, J.Albino, Auto AC Xirita, Auto Ac Palmeiras, Auropeças, Darquepeças, Decicar, Gastauto, Humberpeças, Manuel Costa & Silva, Stand Casanova, Volancar, Garcia Acessórios, M.F.Peças, Vilas Nunes & Branco, Hojer, Tudévora, Sofrapa, Auto Peças Mário Dias, Gomes & António, J.Flaire, Choupal

Principais marcas representadas:

Ajusa, Beru, BGA, Blueprint, Cautex, Continental Contitech, Corteco, Eyquem, FAG, INA, Kavo Parts, Kayaba, Lemforder, Liqui Moly, Lpr, LUK, Mahte, Mecra, Moog, Nettuno, Ngk, Omb-Bugatti, Petronas, Rts, Sachs, SKF, Swag, Tergy, Topran, Trifa, Trw, Varta, Vernet

Marcas exclusivas: Recoficial, Intercar, Hahn & Schmidt e Raicam

Marcas Próprias: Motorcell, Comet, Global e Oem.

Redes oficiais dinamizadas: RecOficial Service

Número de oficinas dentro destas redes: 20

Endereço Portal de peças:

www.atlantic-parts.com

www.recalvi.es

Endereço Portal técnico para oficinas:

www.recoficial.pt

Nº de formações realizadas por ano para oficinas: Pré-Covid - 2 / 3 formações presenciais/ano; em 2021 (tempos de pandemia) - 8 formações online/ano

Website do grupo de retalho:

www.atlantic-parts.com

Responsável: José Alves Pires

Email: jalvespires@atlantic-parts.com

Telefone: 219 106 980

TRUST[®]

AUTO QUALITY • INNOVATION

A MARCA DE CONFIANÇA DOS PROFISSIONAIS

A FAMÍLIA NÃO PÁRA DE CRESCER



No Grupo TRUSTAUTO acreditamos numa forma diferente de fazer negócio. Por isso, elegemos a qualidade e a inovação como as *keywords* da nossa marca. A relação de proximidade que temos com fabricantes, distribuidores e oficinas é o elo de confiança que está na génese da nossa filosofia.



ALJUSTREL • ALMADA • ALVERCA • AVEIRO • BARCELOS • BRAGA • CAMPO MAIOR • CANEDO • CASCAIS • CASTELO BRANCO
ELVAS • ESPOSENDE • LAMEGO • LOURES • MADEIRA • MAIA • MÉRTOLA • MIRANDELA • PAREDES • PINHEL • PENAFIEL
REIGOSO • SABUGAL • SANTARÉM • SÃO JOÃO DA MADEIRA • VALONGO • VILA DO CONDE • VILA REAL • VISEU

trustauto.pt