

PAPO ABERTO

Tivemos um mês de julho marcado por importantes acontecimentos, alguns já aguardados e outros totalmente inesperados, como mostra essa 13ª edição da ABRADIC Press. A grande surpresa foi a mudança no comando global da FCA, infelizmente, com o falecimento de Sergio Marchionne, em 25/07. Lamentamos muito a perda, pois foi um líder que concentrou seus esforços para direcionar o grupo na busca pela excelência em seus processos, produtos e serviços. E também acreditou e investiu no imenso potencial da Jeep, especialmente no Brasil, onde foi construída, sob sua gestão, a fábrica de Goiana e a marca se tornou líder no segmento de SUVs.

A ausência de Marchionne, no entanto, não deve resultar em uma mudança de cultura na FCA, conforme afirmou, em comunicado, John Elkann, membro do conselho da companhia. O novo CEO, Mike Manley, deverá dar continuidade ao legado deixado por Marchionne no sentido de buscar uma evolução constante em qualidade. A escolha de Manley para o cargo também é uma indicação da importância da Jeep para o grupo, pois é o executivo que conduziu a marca para os avanços alcançados nos últimos anos.

Não vamos esquecer que a Rede tem uma participação fundamental na continuidade da busca pela excelência incentivada por Marchionne. Temos que contribuir ativamente para que a montadora alcance as melhores práticas nos processos relacionados às Concessionárias. É o caso da Nova Corsia, que apresenta uma oportunidade de contarmos com um sistema capaz de trazer o ajuste necessário da produção aos pedidos. Mas os seus resultados dependem da atuação de toda a Rede, que precisa acreditar na possibilidade de melhoria, utilizar o sistema corretamente e continuar apontando as correções que devem ser feitas. Nesta edição, trazemos relatos de gestores sobre sua experiência com a ferramenta, mostrando que, mais do que nunca, é necessário trabalharmos juntos para a evolução dos nossos negócios.

Outro acontecimento importante, mas já bastante esperado, foi a definição pelo governo do programa Rota 2030, que estabelece regras mais claras para o mercado automotivo nacional. Em entrevista à ABRADIC Press, o diretor de relações institucionais da FCA para a América Latina, Antonio Sergio Mello, ressalta a segurança que a nova política traz para os investimentos da montadora em inovação e tecnologia. Isso significa que, nos próximos anos, teremos carros mais seguros e eficientes energeticamente para oferecer aos clientes.



Temos também notícias sobre novas melhorias na área de pós-vendas. Já está em funcionamento a Central de Operações de Garantia, que deve acelerar o andamento dos processos e aprovações nessa área, com uma equipe especializada e novas ferramentas para facilitar a comunicação com a Rede. Outra conquista foi o aumento da margem das peças adotadas em garantia, que saiu de um patamar de 2% para mais de 10%, como resultado de um trabalho realizado pela ABRADIC para levantar os pontos onde havia perdas.

Enquanto isso, no mercado, fechamos mais um mês com o Compass e o Renegade ostentando a posição de SUVs mais vendidos no Brasil. Com quase 50 mil veículos emplacados, a Jeep continuou impulsionando a evolução do segmento no primeiro semestre deste ano. Já em âmbito global, a marca ganhou um grande reforço de visibilidade na camisa da Juventus, com a chegada ao time italiano do jogador Cristiano Ronaldo.

Na ABRADIC, já começamos a preparação de nossa Assembleia Geral Ordinária deste ano. Confira as informações e anote a data em sua agenda: será na tarde do dia 17/10, seguida de jantar, em São Paulo. Ainda em agosto, no 28º Congresso e Expo Fenabrave, teremos a oportunidade de acompanhar discussões sobre a importância de se manter o relacionamento humano num mundo em que predomina a evolução digital, além de estabelecer contato direto com fornecedores do setor. A Fenabrave também alerta para a definição de novas regras para vendas diretas e PCDs.

Boa leitura!

Luiz Sergio de Oliveira Maia
Presidente da ABRADIC

EM DESTAQUE

Rota 2030

A previsibilidade é o maior valor que o novo regime automotivo brasileiro, o Rota 2030 – Mobilidade e Logística, agrega ao setor para estimular e assegurar os investimentos da indústria em pesquisa e desenvolvimento, conforme destaca o diretor de relações institucionais da FCA para a América Latina, Antonio Sergio Mello. Ele também dá indicações dos caminhos a serem seguidos pela FCA no Brasil, especialmente em relação às marcas CJDR, diante da definição das novas regras. O programa, que irá vigorar pelos próximos 15 anos, foi criado por meio de Medida Provisória, assinada pelo presidente Michel Temer em 05/07/2018, e tem como foco inovação, eficiência energética e segurança.

Qual a sua avaliação sobre a nova política industrial Rota 2030? Seus incentivos e as regras são adequados para promover a modernização do setor no Brasil?

Essa pergunta me permite esclarecer que o Rota 2030 não é um programa de incentivos ou benefícios fiscais, mas uma política industrial de longo prazo, que traz previsibilidade e segurança jurídica para toda a cadeia automotiva. As exigências do programa quanto à melhoria dos padrões de eficiência energética e aprimoramento da segurança veicular são muito rígidas e demandarão



Antonio Sergio Mello, diretor de relações institucionais da FCA para América Latina

investimentos focados para que sejam atingidas. Trata-se, portanto, de uma política setorial que aumentará a competitividade internacional da indústria automobilística brasileira, estimulando o planejamento e investimentos nas áreas de pesquisa e desenvolvimento.

Em que pontos o programa atende necessidades e expectativas da FCA?

A grande conquista do setor automotivo com o Rota 2030 é a previsibilidade decorrente de uma visão e objetivos de longo prazo, que oferece segurança para um melhor planejamento de investimentos. Desse modo, a FCA e seus fornecedores têm um mapa de desenvolvimento até o ano 2030, que permite que avancemos em sintonia e otimizando recursos.

Que benefícios o Rota 2030 poderá trazer para as marcas CJDR?

A FCA tem um plano consistente de investimentos em novos produtos CJDR, principalmente nos brands Jeep e Ram. A maior previsibilidade do cenário decorrente da nova política industrial cria um ambiente favorável aos investimentos da empresa e de seus fornecedores.

Quais os impactos do programa para os planos da CJDR no país?

A maior previsibilidade de prioridades do setor é positiva não apenas para os fabricantes, mas também para o consumidor. O Rota 2030 prevê um salto de cerca de 11% em termos de eficiência energética, o que significará incorporar novas tecnologias aos veículos. Isto será fruto de um esforço conjunto, pois o programa estimula a pesquisa e desenvolvimento das montadoras e dos fornecedores de autopeças. Haverá, portanto, um processo de fortalecimento da cadeia produtiva.

Com base na busca da eficiência energética e segurança, como a montadora pretende direcionar o trabalho de pesquisa e desenvolvimento voltado para as marcas CJDR?

Nossa prioridade continua a ser o desenvolvimento de produtos de alta qualidade, aprimorando sua eficiência energética e segurança veicular. Já estamos detalhando projetos para os próximos anos.

Qual o valor previsto para investimento em pesquisa e desenvolvimento dessas marcas no país?

Estamos trabalhando na definição dos projetos prioritários. Os números estão sendo refinados.

Com a definição do Rota 2030, em quais segmentos em que já atuam as marcas CJDR serão fortalecidas e em quais poderão ingressar?

Vamos reforçar nossos pontos fortes e ocupar espaços. No caso da Jeep, a prioridade é consolidar a liderança no mercado de SUVs e, para isso, vamos manter nossos modelos em linha muito atraentes e competitivos, além de desenvolver segmentos que ampliam nossa gama. Quanto à Ram, nossa meta é multiplicar as vendas no segmento de pick-ups.

A nova política estimula a introdução de carros híbridos e elétricos da CJDR no mercado brasileiro?

A FCA está focada na utilização do etanol como combustível no Brasil e dedicará seus esforços nessa direção, buscando desenvolver soluções para aumentar a eficiência energética. O etanol é decisivo para que se alcancem as metas de redução de emissões de CO2 assumidas internacionalmente pelo país e se mostra compatível com as mais rígidas regulamentações internacionais de emissões projetadas para a próxima década. Isto porque, é um combustível renovável que absorve, em seu ciclo vegetal, boa parte das emissões decorrentes de sua queima no motor. Além disso, o Brasil conta com quatro décadas de acúmulo de tecnologia na produção de etanol e de veículos que o utilizam. Intensificar a opção pelo combustível renovável é uma decisão inteligente, que leva em conta a imensa plataforma produtiva, logística e de distribuição já implantada no país.

Novas regras incentivam menos poluição e mais segurança

Entre seus principais pontos, o programa Rota 2030 determina que as montadoras deverão melhorar em 11%, até 2022, a redução do consumo de combustível e emissão de poluentes, em relação ao patamar antes definido pelo Inovar Auto. Até 2027, também precisarão incorporar tecnologias que auxiliem o motorista na condução do veículo. Produtos que atenderem as regras terão redução de até dois pontos percentuais nas alíquotas do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), que serão as mesmas para carros nacionais e importados.

O programa prevê a concessão de até R\$ 1,5 bilhão por ano de crédito tributário à indústria como um todo, em contrapartida ao investimento por parte das montadoras de pelo menos R\$ 5 bilhões, anualmente, em pesquisa e desenvolvimento. Os créditos poderão ser deduzidos do Imposto sobre a Renda das Pessoas Jurídicas (IRPJ) e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL). Além disso, para a importação de autopeças sem similares nacionais, será concedida isenção do Imposto de Importação.

A Medida Provisória que criou o programa Rota 2030 precisa agora ser aprovada pelo Congresso Nacional, até o início de novembro, para não perder a validade.

Vantagens para híbridos e elétricos

Também no dia 05/07/2018, Michel Temer assinou um decreto que reduz a alíquota do IPI para veículos elétricos e híbridos de 25% para uma faixa de 7% a 20%, com menor percentual para os que atingirem maior eficiência energética. Os híbridos que utilizarem etanol terão um desconto a mais de dois pontos percentuais. A medida entrará em vigor a partir de 1º de novembro.

A ausência de barreiras fiscais para a importação de veículos vai acelerar o lançamento de modelos importados dessas marcas?

A gama internacional de nossos pro-

duto vai se expandir muito nos próximos anos, tanto em modelos quanto em tecnologias adotadas. Disponibilizar estas opções dependerá da demanda do mercado brasileiro.

Considerando que a definição do Rota 2030 foi um primeiro passo para a modernização do setor, o que se espera daqui para frente?

O programa foi enviado para votação no Congresso Nacional na forma de uma Medida Provisória. Esperamos que a MP seja aprovada e que a regulamentação de vários aspectos técnicos ocorra rapidamente.

“ A grande conquista do setor automotivo com o Rota 2030 é a previsibilidade decorrente de uma visão e objetivos de longo prazo, que oferece segurança para um melhor planejamento de investimentos. ”

FIQUE POR DENTRO



Serviços de garantia ganham agilidade com Central de Operações

Já está em pleno funcionamento para todo o mercado brasileiro, desde o dia 02/07/2018, a Central de Operações de Garantia, estruturada pela Mopar em parceria com a ABRADIC. O novo serviço promete maior agilidade no suporte à Rede em relação à gestão das aprovações requisitadas no Portal de Autorizações e no e-SIGI (Sistema para Solicitação de Reembolso de Garantia), agregando benefícios também aos clientes, que terão uma otimização do tempo de entrega do veículo.

Segundo Alexandre Galdino, diretor de pós-vendas e assistência técnica da Mopar, a Central vai assegurar mais velocidade às análises e aprovações das Ordens de Serviços (OS's) e à validação das Solicitações de Garantia (SG's), melhorando o tempo de transmissão e o fluxo de caixa para as Concessionárias. "Acreditamos que, dentro de três meses, conseguiremos mostrar um resultado bem efetivo, pois o retorno que estamos recebendo da Rede está bem positivo. A meta é conseguirmos aprovar 100% das solicitações em 48 horas (desconsiderando o período de cancelamentos)", explica.

Transparência na comunicação

A equipe da Central de Operações de Garantia é formada por sete profissionais, incluindo engenheiros de produção, engenheiros mecânicos, engenheiros eletricitas e ex-garantistas da própria Rede. "Montamos um time bem eclético para que o conhecimento de um

seja complementar ao do outro, buscando assegurar que os reparos sejam executados e cobrados da forma correta, de acordo com os instrutivos técnicos e normas de Garantia", afirma Galdino.

Ele também destaca o esforço para que o contato entre a Central e a Rede seja o mais transparente possível, com a documentação de todos os processos no próprio sistema, a fim de garantir governança e segurança quanto ao histórico dos dados. "As Concessionárias poderão verificar, no sistema, todas as informações das conversas sobre cada aprovação, se houver dúvidas, sem a necessidade de controle por e-mail ou ligações para várias pessoas", observa.

Além de concentrar a comunicação dentro do próprio sistema, outros meios estão sendo criados e aperfeiçoados para facilitar a interação entre a Central e a Rede. Os cancelamentos de pré-autorização, por exemplo, agora são solicitados pelo e-mail:

autorizacaogarantiab2b@fca-group.com (preenchendo o formulário "Cancelamento de Ordem de Serviço"). O serviço "Garantia Responde" está passando por mudanças para melhorar o atendimento. De acordo com Galdino, também já existe um projeto em andamento para a criação de outro canal, com o objetivo de tornar essa interface mais dinâmica e amigável.

Galdino esclarece que a criação da Central de Operações de Garantia Latam faz parte de uma estratégia global, definida a partir de análises criteriosas, que incluíram benchmarking mundial, até se concluir que a melhor alternativa seria a manutenção desse serviço sob gestão interna, assim como já ocorre em outras regiões. "A decisão contribui significativamente para preservar a imagem da marca, bem como a relação com nossos stakeholders, buscando soluções e métodos que geram valor para todos", acrescenta.

Mopar Virtual Doctor

Entre as novas ferramentas com que a Central de Operações de Garantia conta para cumprir sua missão, destaca-se o Mopar Virtual Doctor, que possibilita o acesso rápido a computadores ou smartphones, por meio da Internet. Dessa forma, permite a realização de diagnósticos remotos em veículos com problemas técnicos, agilizando o processo de análise das áreas responsáveis, como Qualidade e Engenharia, e reduzindo o tempo de atendimento na Concessionária.

O Mopar Virtual Doctor estabelece conexões em tempo real, com possibilidade de gravação de áudios, vídeos, captura de telas, congelamento de imagens, sinalização de pontos a serem verificados, entre outras funcionalidades. Para sua utilização, a equipe do e-Contact (Assistência Técnica FCA) solicita, pelo Ticket, para o técnico da Concessionária se conectar à ferramenta, por meio de um computador ou aparelho móvel, fornecendo uma senha.

Para conhecer melhor o funcionamento do Mopar Virtual Doctor, está disponível um tutorial no link: <https://www.logmeinrescue.com/pt/remote-support-features/remote-support/multi-platform-support>

Estudo da ABRADIC resulta em elevação da margem de peças de garantia

Durante o primeiro semestre de 2018, a ABRADIC fez um levantamento sobre a margem das peças aplicadas em garantia. Na ocasião, foi apurado que, em âmbito nacional, a margem média da Rede obtida na venda dessas peças em reparos cobertos pela garantia foi de 2,3% em janeiro.

Ao estratificar os dados por região, identificou-se que as Concessionárias do Norte e Nordeste tinham os piores resultados. No Ceará, na Bahia e em Rondônia, as margens eram negativas, em decorrência do recolhimento do ICMS-ST, pois não possuem convênios interestaduais que asseguram os pagamentos do ICMS-ST no estado de origem da emissão da Nota Fiscal.

Outro ponto identificado estava relacionado às frequentes reduções de preços por parte da FCA nos itens aplicados em garantia com alta incidência de troca. A Concessionária comprava a peça por um determinado valor e, na semana seguinte, o mesmo produto, ao ser lançado no e-SIGI (Sistema para Solicitação de Reembolso de Garantia), apresentava um preço inferior ao que foi pago.

Em ambas as situações era e ainda é possível solicitar à FCA o complemento das diferenças de reembolso do valor das peças que não tiveram o handling de 11% respeitado. Porém o processo é muito trabalhoso, devido ao volume de SG's (Solicitações de Garantia) afetadas por esses problemas. Em muitos casos, quando a diferença era pequena, as Concessionárias deixavam de pedir o complemento, julgando que o valor não compensaria o trabalho necessário para consegui-lo.

Diante da constatação dessas perdas, a ABRADIC solicitou à FCA que buscasse soluções para assegurar a margem de 11% sobre as peças aplicadas em garantia.



Fonte: Rede de Concessionárias Jeep / CJDR

A primeira medida, adotada pela montadora em março, foi a manutenção dos preços das peças por três meses no e-SIGI, mesmo após a alteração da lista de valores. Isso fez com que houvesse tempo hábil para que os itens que ainda constavam com preços antigos no estoque das Concessionárias fossem consumidos, reduzindo-se a incidência de diferenças ao se efetuar o pedido de reembolso.

Outra medida foi tomada pela FCA em abril para resolver a questão da diferença de imposto, devido à cobrança do ICMS-ST no destino. A montadora passou a considerar no e-SIGI o preço da peça acrescido do valor do ICMS-ST para os estados sem convênio interestadual.

Após as providências adotadas, a ABRADIC observou que houve elevação na margem média da Rede relativa às peças aplicadas em garantia. Avançou para 11,1%, em abril, e ficou em 10,6%, em maio.

28º Congresso e ExpoFenabreve aborda crescimento com base na tecnologia e no relacionamento humano

Está chegando o 28º Congresso & ExpoFenabreve, que terá como tema central "Resiliência – o mundo é digital e o relacionamento é humano". O evento acontecerá nos dias 7 e 8 de agosto, no Transamérica Expo Center, em São Paulo, reunindo empresários e fornecedores do setor de distribuição de veículos. A cerimônia de abertura será no dia 7, a partir das 10h30.

O Congresso contará com palestras, workshops e mesas-redondas, que serão realizados nos dois dias, das 8h às 18h, abrangendo temas como inovação,

liderança, vendas pela internet, cenário econômico, atendimento ao cliente, gestão operacional, sucessão, marketing digital, entre outros. Segundo a Fenabreve, o objetivo da programação é discutir a resiliência necessária para o setor voltar a crescer, ao mesmo tempo em que deverá aplicar aos negócios novos conceitos que envolvem a tecnologia atrelada ao relacionamento humano.

Já na feira, que ocupará 8 mil metros quadrados do Transamérica Expo Center, os visitantes poderão conferir os produtos e serviços de mais de 50 empresas, direcionados ao setor automotivo. Será uma oportunidade para conhecer novidades e reforçar os relacionamentos. A exposição estará aberta das 9h às 18h, também nos dois dias. A expectativa da Fenabreve é de receber em torno de 3 mil visitantes por dia.

Veja a programação completa e faça sua inscrição em <http://www.congresso-fenabreve.com.br/>.

Nova Corsia

Primeiros carros pedidos pelo sistema chegam em agosto

O Programa de Gerenciamento de Pedidos e Estoques (Nova Corsia) completará seu primeiro ciclo, em agosto, com a disponibilização para as lojas dos veículos solicitados por cada uma na estreia do sistema, em junho. Com isso, será possível iniciar a avaliação dos resultados práticos do processo de digitação dos pedidos e do uso de outras funcionalidades, como a suspensão temporária do faturamento automático e o Focus, vitrine virtual onde as Concessionárias oferecerão à Rede produtos para os quais não têm demanda.

O primeiro mês de funcionamento da Nova Corsia foi marcado pela necessidade de ajustes realizados pela montadora para corrigir falhas no sistema, como duplicidade de pedidos e distribuição de cotas não adequadas. Na primeira onda de colocação dos pedidos, em junho, cerca de 50% das Concessionárias realizaram a digitação de mais de 80% de sua cota. Na segunda etapa, em julho, a expectativa da FCA era de que chegasse a 85% da Rede.

“Pedimos a atenção e o empenho das Concessionárias para que utilizem a Nova Corsia e continuem levando suas dificuldades e dúvidas para os consultores regionais. Dessa forma, vamos prosseguir nos ajustes necessários para que o sistema funcione adequadamente, trazendo assertividade para alinhar a produção às necessidades do mercado”, orienta Ricardo Carreira, diretor de vendas para o Brasil da FCA. Além das correções na ferramenta, em julho, foi criado um guia rápido sobre como inserir os carros no Focus. Segundo Carreira, estão previstos também novos treinamentos, que ainda não tiveram início, devido ao foco no funcionamento do sistema, neste primeiro momento.

Estudo contribui para definir pedidos mais assertivos

Depois de participar dos primeiros treinamentos para os gestores da Rede sobre o uso da Nova Corsia, entre janeiro e fevereiro deste ano, Mauro Ishikawa, diretor da Europamotors, constatou que precisava de uma estratégia para definir os pedidos mais adequados para suas vendas. “Com uma ferramenta que nos permite flexibilidade e poder de decisão, vimos que era necessário determinar a qualidade do estoque, incluindo um olhar para o futuro, a fim de tirar o melhor proveito do sistema”, afirma.

Para isso, em conjunto com seus gestores de vendas, Ishikawa passou a elaborar um estudo para definir de forma mais assertiva os pedidos a serem inseridos na Nova Corsia, com base no seu histórico de vendas dos últimos seis meses e numa projeção do mercado futuro. A análise envolve os dados de performance dos



Mauro Ishikawa, diretor da Europamotors

diferentes produtos em cada uma das três unidades do grupo, que ficam em São Paulo e Campinas (SP) e o perfil dos clientes de cada região.

“Com essa estratégia, estamos verificando quais os melhores pedidos que podemos fazer dentro das cotas estabelecidas pela montadora, dando preferência para os produtos com melhor desempenho em nossas lojas”, explica Ishikawa. Ele também reforça a importância da mudança no foco dos pedidos: “Antes, tínhamos que adequar a oferta determinada pela montadora aos nossos clientes. Agora, podemos fazer os pedidos de acordo com as necessidades dos consumidores, o que é fundamental para termos melhores resultados”.

Na Europamotors, a operação da Nova Corsia está a cargo de dois gestores de vendas e um de qualidade, que atuam alinhados à diretoria. Neste período de funcionamento inicial do sistema, Ishikawa também destaca o contato constante com o consultor da Rede para solucionar os problemas que surgiram, como o carregamento de pedidos em duplicidade e a indicação de cota zerada. “Demos o pontapé inicial e agora são necessários ajustes, que estão sendo feitos, pois sua implantação ainda é muito recente”, avalia.

Como melhoria, Ishikawa sugere que o sistema forneça informações, por meio de alertas automáticos, sobre o andamento de produção dos carros, após a digitação dos pedidos. Assim, os gestores não precisariam fazer esse acompanhamento diretamente no sistema todos os dias. Ele também propõe o acesso a dados sobre os pedidos dos grupos em cada região, para que todos possam ter uma visão mais ampla do mercado. Sobre

o uso da ferramenta, reforça que a montadora deve conscientizar a Rede em relação às perdas decorrentes da não digitação dos pedidos e promover novos treinamentos.

Gestão estratégica gera diferencial competitivo

“Quem conseguir operar bem a Nova Corsia terá um diferencial competitivo, uma grande vantagem para contar com um estoque adequado e maximizar as vendas. Ter o carro certo no lugar certo é a regra de ouro que nos dá a possibilidade de melhorar os resultados”, acredita Roberto Figueiredo, diretor da Viasul, que conta com lojas em Recife (PE), Salvador (BA) e Fortaleza (CE).

Diante da importância que atribui ao novo sistema, Figueiredo reforça que é fundamental cuidar dele de forma estratégica. Na Viasul, sua gestão está sob responsabilidade do gerente comercial de cada loja, que conta com um assistente para ajudá-lo nas operações do dia a dia. “Fizemos reuniões para deixar bem claro para os gestores os benefícios da Nova Corsia e que eles não devem terceirizar sua gestão. Estão todos bem ambientados com a ferramenta e sabendo como ela pode ajudá-los a comprar e vender melhor”, destaca.

Figueiredo também revela que está na expectativa em relação às etapas que virão pela frente. “Por enquanto, só fizemos os pedidos. O jogo vai mesmo começar agora, com a chegada, em agosto, dos primeiros veículos solicitados por meio da Nova Corsia. Será um novo momento, em que poderemos conferir a efetividade do sistema”, afirma. Para ele, as dificuldades apresentadas pela ferramenta até o momento são normais, uma vez que acabou de ser implantada.

Ajuste nas cotas vai trazer mais segurança

Na opinião de Leonel Bortoncello, diretor geral da Savarauto, a Nova Corsia é um sistema excelente, bem planejado, mas que exige da Rede um aprendizado e envolvimento para operá-lo bem. Ele acredita que o descompasso que ocorreu entre as cotas estabelecidas pela montadora e os produtos mais apropriados para cada loja, neste momento inicial, será ajustado ao longo dos próximos meses. “Como os estoques da fábrica são altos, o processo ainda está contaminado por produtos que não são adequados aos nossos clientes. Mas temos certeza de que isso vai melhorar, na medida em que se atingir um patamar normal nos estoques das lojas e da montadora”, analisa.

Bortoncello também conta que reuniu os gestores de suas unidades, localizadas nas cidades gaúchas de Porto Alegre, Caxias do Sul e Novo Hamburgo, para conscientizá-los sobre a importância da Nova Corsia. Os gerentes de vendas de cada loja cuidam da operação do sistema e suas decisões são avaliadas pelo gestor geral da marca, que verifica se os pedidos estão de acordo com as vendas dos últimos meses, a região e o perfil dos clientes. “Temos que ter muito



Roberto Figueiredo, diretor da Viasul

cuidado com o que estamos programando. Sabemos que, se errarmos o perfil de compra dos veículos, teremos dificuldades depois para gerar os negócios”, atesta.

Anderson Yves, diretor comercial do grupo Domani Prime, qualifica o sistema como bastante dinâmico, mas também alerta para a necessidade de ajustes nas cotas. “Alguns modelos vieram em quantidades muito superiores às adequadas para o nosso público. Podemos disponibilizá-los no Focus, mas não estamos seguros de que serão absorvidos por outras Concessionárias”, relata.

Segundo Yves, a definição dos pedidos da Domani ocorre com base na demanda do dia a dia dos vendedores e na verificação do estoque existente. A partir desses dados, os gerentes de cada uma das lojas, situadas em Cuiabá, Rondonópolis e Várzea Grande (MT), fazem a adequação dos produtos de que necessitam à cota determinada pela montadora. “Estamos trabalhando para não errar nos pedidos e esperamos que a Nova Corsia funcione bem, contribuindo para atingirmos nossa meta de redução do valor de floor plan”, afirma.

Para Élica Carvalho Barbosa, gerente de vendas da Raviera de Porto Velho (RO), as dificuldades iniciais no processo de inserção dos pedidos na Nova Corsia, especialmente em relação às cotas, geraram insegurança. Sua expectativa era de que o sistema entrasse em funcionamento já sem a possibilidade de apresentar falhas. Como responsável pela gestão da ferramenta na loja, ela acredita que deve levar uns três meses para que se estabilize.

“Queremos muito que a Nova Corsia funcione com eficiência, principalmente para não recebermos mais os carros que não desejamos. Esperamos uma evolução do sistema para que entre em equilíbrio”, aponta. Élica também sugere que a montadora realize reuniões de orientação para os gestores, depois que forem corrigidas todas as possíveis falhas.

Falecimento de Marchionne antecipa sucessão na FCA

A FCA passou por uma mudança repentina em seu comando global, na última semana de julho. No sábado (21/07), a companhia reuniu seu Conselho de Administração e anunciou a escolha de Mike Manley, que estava à frente da Jeep, para o cargo de CEO. Ele assumiu a função imediatamente, diante da impossibilidade de retorno ao trabalho de Sergio Marchionne, devido a complicações decorrentes de uma cirurgia. Nos dias seguintes, o estado de saúde de Marchionne piorou e, em 25/07, a FCA comunicou o seu falecimento.

Aos 66 anos, Marchionne despontava como um dos executivos mais respeitados da indústria globalmente, um dos gurus da gestão na atualidade. "Nos últimos 14 anos, primeiro na Fiat, depois na Chrysler e por fim na FCA, Sergio foi o melhor CEO que qualquer um poderia desejar. Foram seu intelecto, perseverança e liderança que salvaram a Fiat. Ele também conseguiu uma reviravolta incrível na Chrysler e, por meio de sua coragem em estabelecer uma integração cultural entre as duas empresas, criou uma base para um futuro mais seguro e brilhante para seguirmos em frente", afirmou, em comunicado, John Elkann, membro do Conselho da FCA.

Elkann também destacou a cultura de trabalho construída por Marchionne na FCA: "Ele nos ensinou a ter coragem de desafiar o status quo, de romper as convenções e ir além dos padrões. Sua herança nos diz o que realmente era importante para ele: a busca pela excelência, a ideia de que há sempre uma forma melhor. Suas lições e seu impulso por nunca estar satisfeito com o suficiente se tornaram parte essencial de nossa cultura na companhia, definindo continuamente



os altos padrões e nunca se contentando com a mediocridade".

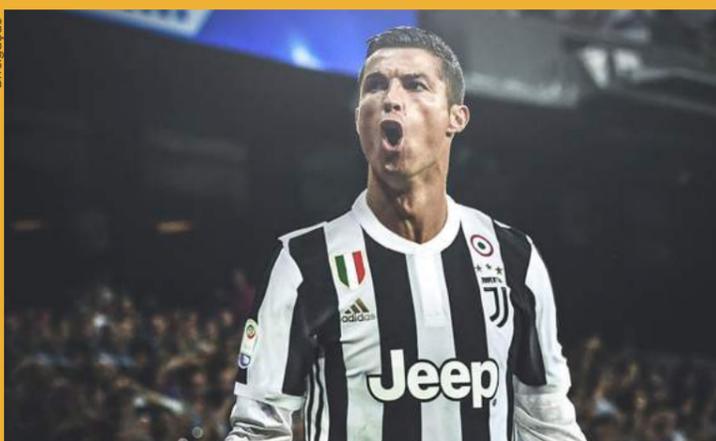
Sobre Mike Manley, Elkann lembrou que, sob sua liderança, a Jeep passou por uma profunda transformação e um período de desenvolvimento sem precedentes, tornando-se não apenas uma das marcas de mais rápido crescimento no mundo, mas também a mais lucrativa da empresa. Aos 54 anos, nascido em Edenbridge, no Reino Unido, Manley era responsável pela marca Jeep, desde 2009, e chefe de operações do grupo na América do Norte, desde 2015.

Segundo Elkann, como o plano de sucessão já estava em desenvolvimento há mais tempo, Manley deve dar continuidade à cultura já existente na companhia. Marchionne se preparava para deixar a FCA no próximo ano. Em 2015, ele esteve no Brasil para o lançamento do Jeep Renegade e, em março deste ano, retornou ao país para a inauguração do terceiro turno da fábrica da marca em Goiana (PE).

Jeep ganha forte projeção na camisa de Cristiano Ronaldo

A visibilidade da Jeep multiplicou-se globalmente, nas últimas semanas de julho. Estampada na camisa da Juventus, de Turim, a marca vem alcançando grande projeção com a chegada de Cristiano Ronaldo ao time italiano. Além de aparecer com destaque no peito do próprio jogador, a Jeep também está circulando pelas ruas nas camisas compradas por milhões de fãs do craque pelo mundo.

Conforme informações da imprensa, 24 horas após oficializada a contratação de Cristiano Ronaldo pela Juventus, foram vendidas 520 mil camisas com seu nome, cada uma custando US\$ 120. Esse volume gerou um faturamento de US\$ 62,4 milhões, valor que equivale a quase metade dos US\$ 129,3 milhões que a Juventus pagará por sua transferência para o time. Ao mesmo tempo, cresceu em um milhão o número de seguidores do clube no Twitter.



Cristiano Ronaldo fechou um contrato de quatro anos com a Juventus. O jogador, que já foi eleito cinco vezes como o melhor do mundo, deixou o Real Madrid, onde atuou por quase dez anos. Pelo time espanhol, conquistou quatro títulos da Liga dos Campeões.

Assembleia da ABRADIC acontece em outubro

A Assembleia Geral Ordinária da ABRADIC já está programada para o dia 17/10, no Hilton São Paulo Morumbi Hotel, localizado na Avenida das Nações

Unidas, 12.901. O evento terá início às 14h e se estenderá até às 18h. Na sequência, haverá um jantar de confraternização. O checkout será no dia 18.

Confaz faz mudanças nas regras de vendas diretas e para PCDs

Em comunicado enviado às Associações de Marcas, a Fenabreve apresentou esclarecimentos sobre as modificações determinadas pelo Confaz - Conselho Nacional de Política Fazendária, do Ministério da Fazenda, nas operações de vendas diretas de veículos e destinadas a pessoas portadoras de deficiências.

Em relação às vendas diretas, a obrigação de manter os veículos no ativo imobilizado pelo período de 12 meses, para não incidência do ICMS, foi ampliada para todas as pessoas jurídicas e para as físicas que atuam como produtores agropecuários. Antes, a regra abrangia apenas pessoas jurídicas que exploravam as atividades de produtor agropecuário, locação de veículos e arrendamento mercantil. Conforme alerta a Fenabreve, as operações de test drive das concessionárias também passam a se enquadrar na obrigatoriedade, uma vez que atinge todas as pessoas jurídicas.

Outra mudança relativa às vendas diretas foi a determinação de vedação expressa do Detran em efetuar a transferência do veículo, se não houver o cumprimento do prazo de 12 meses ou o recolhimento do

imposto em período inferior. Antes da alteração, havia a previsão de vedação, mas não expressamente para o Detran. A partir de agora, esse órgão não poderá deixar de cumprir a regra.

Sobre a isenção do ICMS nas vendas de carros destinados a pessoas portadoras de deficiências, houve aumento do período de permanência obrigatória do veículo de dois para quatro anos. As vendas realizadas antes do prazo estabelecido resultarão na obrigação do pagamento do ICMS que deixou de ser recolhido no momento da compra, com atualização monetária e acréscimos legais.

Tanto em relação às vendas diretas como para PCDs, no entanto, os Estados ainda precisam ratificar os Convênios que determinam essas regras, para que sejam de fato implementadas. No caso do Estado de São Paulo, o governo estadual já publicou um decreto, em 24/07/2018, não ratificando o Convênio que amplia a permanência dos veículos adquiridos por PCDs para quatro anos, mantendo, assim, a previsão anterior de dois anos.

Segundo a Fenabreve, é fundamental que todas as lideranças do setor de distribuição de veículos se mobilizem e contribuam para que as novas normas sejam efetivamente aplicadas, atuando junto às suas respectivas montadoras, aos governos estaduais e às Secretarias de Fazenda Estaduais.

COMPRE E VENDA SEU CARRO EM



Autoline

.com.br

Jeep apresenta evolução positiva no semestre

A Jeep chegou ao final do primeiro semestre com um total de 49.769 veículos emplacados, quase dez mil a mais do que o volume alcançado em igual período de 2017. Em junho, o Compass e o Renegade mantiveram a posição de SUVs mais vendidos no mercado brasileiro, com 8.682 emplacamentos. A marca também elevou de 24,97% para 27,56% seu Market Share no segmento, em relação ao mesmo mês do ano passado.

O Renegade liderou o segmento SUVb, em junho, com 3.628 unidades emplacadas, e ficou em 14º lugar no ranking do mercado nacional. Na comparação com maio, porém, quando alcançou 4.378, houve queda de 17,13%. Ao mesmo tempo, sua participação no segmento recuou de 17,71% para 16,44%. Já o volume total do segmento caiu 10,76%, passando de 24.719 emplacamentos, em maio, para 22.060, em junho.

Nos primeiros seis meses do ano, o Renegade somou 21.430 veículos emplacados, com alta de 20,46% sobre os 17.790 registrados no mesmo período de 2017. Seu Market Share, no entanto, caiu de 16,22% para 15,36%. O segmento SUVb totalizou 139.457 emplacamentos, 27,19% acima dos 109.648 atingidos no primeiro semestre de 2017.

Com 5.054 unidades emplacadas, o Compass manteve-se como líder absoluto no segmento SUVc, em junho, e ocupou a sexta colocação no ranking do

mercado nacional. Esse volume foi 9,05% menor do que o de maio, quando chegou a 5.557 unidades. Enquanto isso, seu Market Share teve redução de 54,31% para 53,51%. O segmento experimentou queda de 7,69%, somando 9.444 emplacamentos em junho, ante 10.231 em maio.

No primeiro semestre, o Compass totalizou 28.194 veículos emplacados, 28,14% a mais do que os 22.003 registrados no mesmo período do ano passado. Sua participação de mercado no segmento SUVc apresentou recuo de 52,94% para 52,52%. O segmento somou 53.682 emplacamentos, com acréscimo de 29,17% sobre os 41.558 registrados de janeiro a junho de 2017.

Mercado nacional

O mercado de automóveis e comerciais leves manteve-se praticamente estável, em junho, com 195.066 emplacamentos, apenas 0,07% a mais do que os 194.922 alcançados em maio. Na comparação com junho de 2017, quando foram emplacados 189.224 veículos, houve crescimento de 3,09%.

A participação dos SUVs no mercado total caiu de 17,93%, em maio, para 16,15%, em junho. No SUVb, diminuiu de 12,68% para 11,31%, enquanto no SUVc passou de 5,25% para 4,84%.

