

EDIÇÃO

21

15.07.2019

# ABRADIC Press

## PAPO Aberto



**N**o mês de maio, o Chairman da FCA, John Elkann, e o CEO Global do Grupo, Mike Manley, estiveram no Brasil e juntamente com o COO para a América Latina, Antonio Filosa, se reuniram com o Presidente Jair Bolsonaro e seu governo, numa clara demonstração de confiança no país e apoio ao conjunto de reformas para estabilizar as contas públicas, a fim de promover o desenvolvimento sustentado do Brasil. Os novos investimentos da companhia em solo brasileiro totalizarão nos próximos seis anos R\$ 16 bilhões, com a expectativa de geração de 16 mil novos empregos. Este ciclo de investimentos viabilizará 25 lançamentos da FCA até 2024. A cidade de Goiânia receberá R\$ 7,5 bilhões destinados à ampliação do Parque de Fornecedores, novas tecnologias, renovação dos veículos em linha e outras novidades. O aporte em Betim será de R\$ 8,5 bilhões e está planejada a produção de três novos modelos a partir de 2020.

Entrevistado desse mês, o COO da FCA para a América Latina, Antonio Filosa, falou sobre a importância em manter o otimismo e permanecer atento à evolução da conjuntura; também avaliou que mesmo com a crise econômica na Argentina, até o momento, os negócios no Brasil devem compensar a retração de vendas no país vizinho; ressaltou os desafios para aumentar a participação de mercado das famílias Jeep Renegade e Compass; destacou a produção de um novo modelo superpremium Jeep no País; os investimentos da FCA para fabricar motores de última geração no Brasil e as vantagens dessa tecnologia para os veículos comercializados na América Latina.

Para quem está pretendendo expandir as atividades da oficina, reformar, atualizar as instalações ou até mesmo adquirir novas Concessionárias já é possível solicitar o resgate do fundo de recursos para investimentos. Lembrando que o resgate não pode interferir na continuidade da operação comercial da Concessionária e o solicitante precisa estar adimplente com o Banco Fidis e FCA.

O Grupo de Trabalho de Garantia ABRADIC visando simplificar os processos de reembolso de reparos

propôs um escopo que otimizou etapas. O resultado foi a criação do Novo Manual de Normas de Garantia Mopar.

Outras duas importantes conquistas para os Associados foram: a primeira delas diz respeito ao novo conceito de embalagens para capôs, portas e acessórios, após inúmeras queixas em relação às avarias ocorridas nas peças e ajustes nos processos do WDC (World Class Dealer) que permitiram uma versão compacta, resultando em menor tempo de implantação, menor investimento e uma considerável economia nos custos mensais.

E vamos falar de melhorias no PRIM? Atualmente 78% da Rede tem a ferramenta instalada, mas somente 19% utiliza. O nosso Grupo de Trabalho apresenta mudanças, visando não só ampliar essa abrangência, mas, principalmente, otimizar as suas funcionalidades.

No último dia 04 de julho, foi realizado no Grand Hyatt, em São Paulo, o “Encontro de Negócios Jeep”. Além da presença do Filosa, os executivos da Jeep fizeram suas apresentações em um evento que teve a participação massiva da Rede. Na próxima edição da ABRADIC Press traremos informações detalhadas de duas importantes ações: o programa DNA Jeep, de incentivo, qualidade, desempenho e reconhecimento, com visão e objetivos 360° voltado para os times de Vendas, Pós-Vendas e Qualidade; e o 17 MOPAR Projects – CSI IMPROVEMENT com iniciativas que visam aprimorar o trabalho de Pós-Vendas.

Bom trabalho a todos!  
Paulo Toniolo Jr.  
Presidente da ABRADIC



DODGE



Jeep

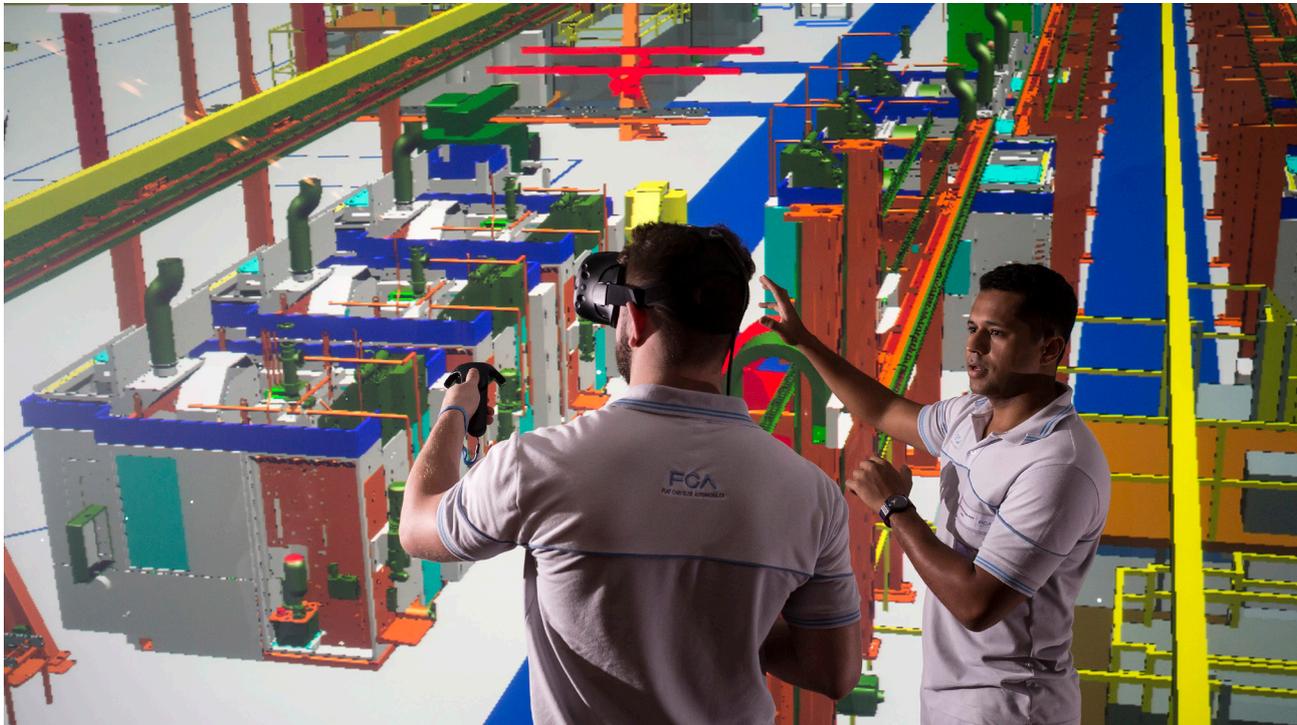


Concessionárias devem manter o otimismo para o segundo semestre



**O** ano de 2019 chegou apenas na metade e a marca Jeep só tem a comemorar o aumento das vendas em relação ao mesmo período do ano passado. Em entrevista exclusiva ao ABRADIC Press, o COO da Fiat Chrysler Automóveis (FCA) para a América Latina, Antonio Filosa, disse que é importante manter o otimismo e permanecer atento à evolução da conjuntura. Ele avaliou que mesmo com a crise econômica na Argentina, até o momento, os negócios no Brasil devem compensar a retração de vendas no país vizinho. “Nosso desafio é manter e acelerar o ritmo”, afirmou. O executivo também falou dos desafios para aumentar a participação de mercado

das famílias Jeep Renegade e Compass; da produção de um novo modelo superpremium Jeep no País; dos investimentos da FCA para fabricar motores de última geração no Brasil e das vantagens dessa tecnologia para os veículos comercializados na América Latina. “Os motores turbo oferecem mais potência e torque com menor consumo de combustível, graças à tecnologia de sobrealimentação, que otimiza a combustão. Com isto, temos motores mais eficientes do ponto de vista energético, que asseguram grande prazer de dirigir e menos emissões”, destacou Filosa. Na sequência, os trechos mais importantes e a mensagem dedicada aos Concessionários:



**ABRADIC PRESS - O que motivou a escolha da nova fábrica de motores da FCA no Brasil?**

**Antonio Filosa:** Pesaram a favor do Brasil a consagrada cultura da FCA na produção de powertrain. Temos tradição, tecnologia e pessoas com conhecimento acumulado para a produção de motores com alta qualidade. Esta forte cultura metal-mecânica da região está aliada ao know-how do time para projetar, implementar processos e produzir conjuntos mecânicos, aliada ao fluxo logístico já otimizado e existente, somados à forte parceria com fornecedores e prestadores de serviço. Isto agregado fez de Betim a melhor opção. Mas há outros fatores decisivos. A FCA sempre acreditou no Brasil e enxerga com grande otimismo o empenho do governo em aprovar as reformas estruturais tão necessárias para a retomada do crescimento econômico e para a melhoria da competitividade. Além disto, a América Latina vem apresentando sólidos resultados nos últimos trimestres e nosso mercado tem grande potencial de crescimento.

**ABRADIC PRESS - Esses novos propulsores de tecnologia turbo flex mais eficientes também serão destinados para o mercado externo?**

**Antonio Filosa:** Sim. Já temos contratadas exportações que superam as 400 mil unidades até 2022. Muitos destes motores irão para o mercado europeu, o que atesta o nível de qualidade que estamos alcançando em nossa fábrica.

**ABRADIC PRESS - Quais os benefícios para os consumidores desses motores GSE T3 e T4, de três e quatro cilindros, e o do novo E4, de tecnologia**

**turbo para combustão de etanol?**

**Antonio Filosa:** Os motores turbo oferecem mais potência e torque com menor consumo de combustível, graças à tecnologia de sobrealimentação, que otimiza a combustão. Com isto, temos motores mais eficientes do ponto de vista energético, que asseguram grande prazer de dirigir e menos emissões. Já o motor E4 é um projeto de desenvolvimento, em que buscamos aumentar a eficiência energética dos motores a etanol. Estamos desenvolvendo tecnologia inovadora neste campo, com patente própria.

**ABRADIC PRESS - Quais veículos da marca devem utilizar esses motores no Brasil?**

**Antonio Filosa:** Estes motores vão equipar nossos produtos top de linha e podem ser utilizados em veículos das marcas Fiat e Jeep.

**ABRADIC PRESS - Qual a programação para que os 25 lançamentos previstos até 2024 cheguem às Concessionárias?**

**Antonio Filosa:** Ainda é cedo para detalhar estas informações. O que podemos dizer é que os novos motores GSE T3 e T4 produzidos no Brasil vão assegurar à FCA flexibilidade para diversificar sua gama de produtos.

**ABRADIC PRESS - Em sua última entrevista ao ABRADIC Press, o senhor disse que a marca Jeep conquistou a liderança do mercado de SUVs no Brasil e que seu desejo era manter essa liderança e aumentar o market share. Como está o avanço deste trabalho?**

**Antonio Filosa:** Estamos avançando de modo muito satisfatório, graças à excelência dos produtos Jeep e ao bom trabalho dos Concessionários. As vendas da marca Jeep nos cinco primeiros meses do ano foram superiores ao dobro da taxa de expansão do mercado. As vendas alcançaram 50.247 unidades, avançando 22,4% em relação a janeiro a maio de 2018, em um mercado que cresceu 10,9% no período. A participação de mercado foi de 4,9%, o que assegura à Jeep uma posição entre as 10 marcas mais vendidas do país. A marca tem os dois SUVs mais vendidos do Brasil: os modelos Jeep Renegade e Compass.

**ABRADIC PRESS - A perspectiva de crescimento da economia brasileira para este ano de 2019 foi reduzida pelos analistas de mercado consultados pela pesquisa Focus do Banco Central. Dentro desse cenário de menor crescimento da atividade econômica e de ainda alguma restrição de crédito para veículos, como as Concessionárias devem se preparar ?**

**Antonio Filosa:** Houve uma frustração pontual com relação ao ritmo de expansão da economia, mas é importante observar que o problema se deve em grande parte à retração da economia argentina e à redução da atividade mineradora em Minas Gerais, que têm grande efeito sobre as exportações brasileiras e sobre o nível de atividade da economia. Mas vale ressaltar que o ano ainda está na metade e há muito espaço para crescer. Estamos confiantes na agenda de reformas estruturais defendida pelo governo. Acho importante manter o otimismo e permanecer atento à evolução da conjuntura.

**ABRADIC PRESS - Como o programa World Class Dealer (WCD) pode ajudar as Concessionárias a reduzir custos e aumentar a qualidade dos seus serviços e do processo de vendas?**

**Antonio Filosa:** O WCD é um sistema de gestão que visa trazer resultados para todas as partes envolvidas no processo de vendas e serviços: a montadora, o Concessionário e o cliente. O WCD parte da padronização dos processos de vendas e serviços, através da correta infraestrutura e do treinamento das equipes de vendas e serviços, para estruturar processos avançados que otimizem os negócios. Seus objetivos são melhorar a eficiência da operação de vendas

“

Estamos trabalhando para acelerar nossas vendas no Brasil e estamos tendo sucesso nisto.

”

e serviços, para manter nosso cliente satisfeito e fiel à marca Jeep. Hoje temos no Brasil uma frota de 300 mil veículos da marca. O desafio é manter todos estes clientes fiéis à marca.

**ABRADIC PRESS - Como o senhor avalia os impactos da crise econômica na Argentina? O aumento das vendas no Brasil - conforme esperado pelas marcas - deve compensar uma possível redução dos volumes em nosso vizinho do Mercosul?**

**Antonio Filosa:** Estamos trabalhando para acelerar nossas vendas no Brasil e estamos tendo sucesso nisto. Até o momento conseguimos compensar a retração de vendas na Argentina com a expansão dos negócios no Brasil. Nosso desafio é manter e acelerar o ritmo.

**ABRADIC PRESS - Que impactos podem ter para os negócios das marcas no Brasil, a assinatura de um novo acordo automotivo com o México? E quais podem ser os efeitos de uma possível redução gradual das tarifas de importação nos próximos 4 anos, conforme propõe o ministro da Economia, Paulo Guedes, em seu programa de Abertura Comercial?**

**Antonio Filosa:** O México é um importante parceiro histórico do Brasil. Entretanto, com o passar dos anos abriu-se um gap competitivo entre os dois países, decorrente principalmente da estrutura tributária



### **Otimismo e boas perspectivas marcam o encontro entre Executivos da FCA com o Presidente Jair Bolsonaro e o Ministro Paulo Guedes.**

e da escala de produção, que são favoráveis ao México. Quando exporto um carro do Brasil, ele carrega 15% de impostos. Quando exporto do México, são 2%. Somos favoráveis à abertura do mercado, mas ela deve ocorrer em um ritmo que permita corrigir nossas distorções competitivas.

**ABRADIC PRESS - Como estão caminhando os outros planos de investimentos no Brasil sobretudo para a produção de SUVs da Jeep, Compass e Renegade?**

**Antonio Filosa:** Nosso planejamento estratégico prevê o investimento de R\$ 7,5 bilhões no Polo Automotivo Jeep até 2024. Vamos investir muito em produtos e na plataforma de conectividade. Renegade e Compass serão sempre atualizados, pois têm um desempenho muito bom de mercado, sendo os dois SUVs mais vendidos no Brasil. Também vamos desenvolver e produzir um novo modelo superpremium Jeep.

**ABRADIC PRESS - A FCA Global aponta a performance do Jeep Gladiator e do caminhão RAM para cumprir suas metas do ano. No Brasil, quais são os modelos da marca que devem se destacar?**

**Antonio Filosa:** Nossos principais modelos continuarão a ser Renegade e Compass, produzidos no Brasil e com alta demanda no mercado. Mas é

importante lembrar que a Jeep tem a linha mais completa de SUVs no Brasil, complementada pelos modelos importados.

**ABRADIC PRESS - Há uma mudança de comportamento dos clientes em relação ao uso/propriedade dos veículos. Como os Concessionários devem aproveitar e se adaptar aos novos tempos?**

**Antonio Filosa -** O consumidor está em evolução permanente. E mais conectado e disposto a conhecer novos produtos e soluções através de canais digitais antes de buscar a experiência física com o veículo. Também está cada vez mais aberto aos aplicativos de mobilidade, como Uber, que oferecem o deslocamento independente da propriedade do veículo. São novos comportamentos que criam perspectivas e possibilidades para nosso negócio. De um modo geral, o consumidor continua a ter ou deseja ter o próprio automóvel e, ao mesmo tempo, utiliza os serviços de aplicativos. A demanda ampliou, pois temos que atender ao consumidor e ao proprietário do veículo prestador de serviços. O modelo de negócio evolui e o cliente busca experiências e satisfação. É por isto que insisto que devemos trabalhar direcionados com o foco do cliente. Não podemos deixar de acompanhar a evolução do mercado, que é ditada pelo consumidor.

## FIQUE por Dentro

Condições especiais para a compra de veículos destinados a test drive



**P**ara os Concessionários que estão pensando em adquirir os modelos Compass e Renegade MY'19 destinados a test drive, a hora é essa! Até 31 de julho, o Banco Fidis está com condições especiais de financiamento. Em uma delas a taxa é de 0,79% a.m. com pagamento, em parcela única, ao final de 390 dias (veículo faturado com 23% de desconto), isto é, mesmo desconto de uma compra à vista. Somado a isso, tem ainda o desconto ofertado pela Jeep.

Rogério Diaconiuc, da Diretoria Comercial Jeep Bank e CJDR,

afirma que se trata de uma condição muito interessante para o Concessionário que não precisa dispor de nenhum capital no ato da aquisição. “Podemos também financiar as despesas com emplacamento, licenciamento e despachante.” O veículo fica disponível para test drive por 12 meses, período necessário para a troca, e ainda tem mais 30 dias para efetuar o pagamento do financiamento. “O Concessionário além de permanecer durante 12 meses sem precisar utilizar o seu fluxo de caixa para fazer amortizações, tem 30 dias adicionais para revender o carro e liquidar o

contrato, com a chance de auferir lucro com a operação”, destaca Diaconiuc.

Há ainda outras duas opções de ofertas: uma em que a taxa é de 0,39% a.m. para pagamento em 390 dias com fluxo de amortizações mensais em 13 parcelas (veículo faturado com 20% de desconto) e a outra com taxa zero a.m. para pagamento em 360 dias com fluxo de amortizações mensais em 12 parcelas (veículo faturado com 18% de desconto).

Para os demais veículos das marcas CJDR mantém-se a condição 0,79% a.m. com o

pagamento em parcela única ao final de 390 dias, além da possibilidade de pagamento em até 24 meses, com carência de até 05 meses, com taxas que variam entre 0,89% a.m. e 1,03% a.m.

## Como solicitar o financiamento?

Diaconiuc explica que o Concessionário deve solicitar à sua respectiva regional FCA, via formulário específico, a compra do veículo na modalidade de test drive. Para o financiamento com o Banco Fidis é preciso indicar que a forma de pagamento será via “CDC” e não “à vista”, destacando a condição de financiamento desejada e se o financiamento contemplará as despesas relacionadas ao emplacamento do carro. Após isso, e não havendo nenhum impeditivo, o contrato é gerado e enviado ao Concessionário que,

por sua vez, providencia a coleta de assinatura do(s) representante(s) da Concessionária e devolve a via digitalizada para pagamento do contrato e a via física segue por correio para a sede do Banco Fidis, em Nova Lima (MG).

Como, via de regra, as Concessionárias já possuem linhas de crédito aprovadas e implantadas com o Banco Fidis para faturamento de veículos na modalidade de test drive, dificilmente haverá restrições que inviabilizem o financiamento com a instituição. A não ser que o Concessionário esteja utilizando 100% de um limite crédito disponibilizado ou posua restrições de crédito.

## Ganho de R\$ 934 por veículo financiado

Além do Banco Fidis disponibilizar taxas competitivas e prazos

de pagamentos customizados nos financiamentos, também não é cobrado TC. Durante todo o processo de financiamento há acompanhamento do Consultor Jeep Bank e à disposição uma equipe, da Central de Negócios, para o suporte operacional e esclarecimento de eventuais dúvidas.

Um estudo comparativo entre a compra à vista e financiada pelo Banco Fidis em um único pagamento para 390 dias apontou que a condição financiada é a melhor opção com um ganho extra por veículo financiado de R\$934. “Assim que apresentamos as condições com o pagamento único em 390 dias na taxa 0,79% a.m. e o resultado do estudo comparativo, tivemos 90% dos casos de solicitação de test drive nesta condição”, contabiliza Diaconiuc.

## Rede se reúne no Encontro de Negócios Jeep

Com presença massiva da Rede, no último dia 04 de julho, foi realizada no Grand Hyatt São Paulo a edição 2019 do “Encontro de Negócios Jeep”. O Presidente da FCA Latam, Antonio Filosa, juntamente com os executivos: Tânia Silvestri, Diretora Comercial Brand Jeep; Everton Kurdejok, Diretor de Vendas; Carlos Lins, Marketing de Produto Jeep; Roger Corassa, Comercial Jeep Bank; Larissa Barreto, MOPAR; Fred Battaglia, Diretoria de Brand Marketing Communication e Tai Kawasaki, Diretoria de Desenvolvimento da Rede, conduziram o evento e apresentaram dados de mercado, volume de vendas nos últimos cinco anos, as evoluções no segmento SUV, market share, novos itens de série MY20, novos pacotes de acessórios opcionais para a versão Sport, metas para o



segundo semestre de 2019, ações de marketing, compromissos para este ano e tantos outros relevantes assuntos para a Rede.

Na ocasião também foram lançadas duas importantes ações, que traremos com detalhes na próxima edição ABRADIC PRESS: o programa DNA Jeep, de incentivo, qualidade, desempenho e reconhecimento, com visão e objetivos 360° voltado para os times de Vendas, Pós-Vendas e Qualidade; e o 17 MOPAR Projects – CSI IMPROVEMENT com iniciativas que visam aprimorar o trabalho de Pós-Vendas.

## Concessionário já pode solicitar recurso para expandir oficina



Os 192 Concessionários das marcas Chrysler, Jeep, Dodge e Ram já podem solicitar resgate do fundo de recursos para investimentos. Entre as finalidades para aplicação estão: expansão das atividades de oficina, reforma ou atualização das instalações (showroom) e até para a aquisição de novas Concessionárias.

Para acessar o fundo, o Gerente de Desenvolvimento da Rede da FCA, Paulo Toscano, citou 3 passos. “Primeiro: a solicitação deve indicar o valor que se pretende resgatar, o destino do investimento e o motivo. Segundo: o Concessionário terá que apresentar um plano de negócio (Business Case) para o recurso, ou seja, uma análise financeira da aplicação. Exemplo, se for dobrar a estrutura da oficina, relatar a receita extra e a estimativa que quantos clientes a mais serão atendidos com o serviço. Terceiro: indicar quais garantias serão dadas ao banco até a devolução total do valor resgatado”, detalha Toscano. Vale lembrar que o resgate não pode interferir na continuidade da operação comercial da concessionária e o solicitante precisa estar

em dia - adimplente - com o Banco Fidis e FCA.

O Gerente comenta que não há um prazo máximo específico para a devolução do crédito ao fundo. “Vai depender do plano de cada um. A execução do projeto será acompanhada pelo Comitê da Rede”, diz. O fundo iniciado em 2015 possui R\$ 275 milhões é corrigido a 92% da taxa de mercado para depósitos interfinanceiros (DI). “É um juro que repõe a inflação”, afirma Toscano sobre o custo do crédito. Atualmente, como a taxa DI está em 6,40% ao ano, esses depósitos são remunerados a 5,89% ao ano.

### Rede precisa de 1.450 boxes de oficina até 2023

Diante da projeção de aumento nas vendas de veículos e do crescimento da frota das marcas CJDR no País, a Rede vai precisar de 1.450 elevadores nas oficinas até 2023. Em 2017, o primeiro estudo das estruturas registrava 589 elevadores. “Temos que quase triplicar a capacidade de atendimento”, aponta o Gerente.

Toscano contou que a quase totalidade das Concessionárias possui área suficiente para instalar os elevadores adicionais. “Mas há locais que vão ter que fazer a expansão do prédio. Nesses casos, a necessidade de recursos será maior”, diz. “Já tivemos duas liberações do fundo para investimentos e temos três solicitações em análise no momento”, afirma. “Para este ano, são necessárias reformas para mais 100 boxes nas oficinas”, prevê.

Na visão dele, as vantagens para o Concessionário de expandir o atendimento da oficina é a fidelização do cliente e o aumento das receitas com serviços e venda de peças. “É preciso atender o cliente, receber bem e ter

condições de liberar o carro rapidamente da manutenção. Esse cliente retorna”, observa. Segundo números reportados por Toscano, de 100% dos clientes que adquiriram veículos em 2017, 65% voltaram dentro do prazo para fazer a primeira revisão do carro. “Atualmente, 70% estão voltando, e nosso objetivo para este ano (2019) com o trabalho de relacionamento com a Rede é de chegar a 80% de comparecimento para revisões”, conta. Toscano informou que a receita de pós-vendas representa até 11% do faturamento das lojas. “A margem na comercialização de serviços e peças é maior, até 33%”, conclui.

## FCA WCD Academy é eleita a melhor universidade corporativa do mundo

A FCA WCD Academy, programa de formação profissional de concessionárias, conquistou o título de melhor universidade corporativa do mundo na categoria “abordagem Holística Humana e Digital”, pela organização internacional Global Council of Corporate Universities (Global CCU). O anúncio foi feito em maio, em São Paulo, em cerimônia que contou com a presença do diretor de Desenvolvimento de Rede da Fiat Chrysler Automóveis (FCA) para a América Latina, Tai Kawasaki.

A premiação reconhece as universidades corporativas que se destacaram pelo nível de excelência e criação de valor estratégico para o negócio e sociedade. Para os jurados, os diferenciais do programa da FCA foram as ferramentas diversificadas de ensino e comunicação, com uso de tecnologias digitais, mas sem deixar de lado as necessidades humanas e sociais. Eles destacaram o dinamismo da TVFCA, com programas semanais que engajam 100% dos funcionários das Concessionárias, e o programa FCA Tubers, que capacita profissionais da rede para geração de conteúdo.

Implementada nas mais de 700 Concessionárias



parcerias da FCA no Brasil, a FCA Latam Dealer Academy teve início em 2016, com a criação de um robusto Percurso Formativo, em parceria com Isvor (Universidade Corporativa da FCA), além de um novo portal de treinamento, o World Class Dealer (WCD), que em um ano recebeu mais de 3 milhões de acessos.

Disputada por empresas de diversos países, como França, Alemanha, Ucrânia, Rússia, Irlanda, Suíça, Índia, Indonésia e Arábia Saudita, a premiação da GlobalCCU é bi-anual. Do Brasil, a Caixa Econômica Federal e o McDonald's também conquistaram ouro em outras categorias.

# Nova Norma de Garantia Mopar prevê ganhos na produtividade e eficiência nos processos



Desburocratizar e simplificar os processos de reembolso de reparos em garantia eram demandas há tempos solicitadas pelos Analistas de Garantia das Redes Jeep e CJDR e um tema recorrente nas reuniões da Comissão de Pós-Vendas.

A necessidade de várias cópias de documentos e de autorizações antes de submeter ao processo sempre foram obrigações que levavam os Concessionários que trabalhavam com outras marcas a considerarem os procedimentos adotados pela Jeep e CJDR como os mais burocráticos para esta finalidade.

Nas Concessionárias Jeep com estrutura adjacente Fiat havia dois brands debaixo de uma mesma estrutura de administração de garantia, utilizando os mesmos recursos, com uma importante diferença: os processos de garantia para a Fiat eram bem mais simples.

Para solucionar a questão, a ABRADIC decidiu criar um Grupo de Trabalho de Garantia. Juntamente com os profissionais da área e os responsáveis pelo Departamento de Garantia da Mopar analisaram os processos, as reais necessidades e o que poderia ser mudado. Chegaram a um escopo de trabalho que otimizou etapas e, no caso das Concessionárias Jeep com estrutura adjacente Fiat, alinharam aos processos desta última, tida como benchmark. O resultado foi a criação do Novo Manual de Normas de Garantia Mopar.

A expectativa é obter ganhos na produtividade e eficiência nos processos. A liberação para a Rede do Novo Manual de Normas de Garantia Mopar, que se estenderá para CJDR e Fiat, está prevista para junho de 2019.

## Ajustes nos processos do WDC criam versão compacta

O Grupo de Trabalho WCD ABRADIC, formado pelos Responsáveis de Qualidade da Rede, estava trabalhando, há alguns meses, para determinar se os requisitos e processos para a execução e certificação do WCD (World Class Dealer) nas Concessionárias Compactas Jeep eram coerentes, factíveis e entregavam o resultado esperado.

Nesse processo, o Grupo identificou diversos aspectos presentes

no modelo padrão do WCD que poderiam ser ajustados para criar uma opção coesa e menos burocrática, sem perder a eficiência. Assim surgiu a versão compacta.

No processo WCD compacto a implantação leva 15 dias, dois dias a menos em comparação ao modelo padrão. O investimento também é menor, uma redução de 32% e nos custos mensais a economia é ainda maior, de 48%.

Trabalhando sob o contexto Kaizen, visando melhorias contínuas, o Grupo WCD ABRADIC aproveitou para demonstrar aos responsáveis do WCD, na FCA, que algumas das mudanças realizadas para criar o modelo compacto também poderiam ser consideradas na versão padrão. Prontamente aceitos e validados, os ajustes serão implementados no processo completo do WCD a fim de torná-lo mais eficiente.



## Novas e adequadas embalagens para capôs, portas e acessórios

Após frequentes queixas dos Associados em relação às avarias ocorridas nos acessórios e peças; e após os pleitos da Comissão de Pós-Vendas da ABRADIC, um novo conceito de embalagens para capôs, portas e acessórios foi apresentado.

Os problemas ocorriam devido à precariedade das antigas

embalagens e, especialmente, durante o manuseio e transporte das peças vindas dos armazéns da MOPAR.

O investimento realizado eliminará a necessidade de trabalhos extras ou devoluções dos itens danificados, o que impactará positivamente no tempo de reparação dos veículos e, conseqüentemente, na

satisfação dos clientes.

Gradativamente todas as embalagens serão substituídas e a Rede comprovará tais benefícios. É importante termos um feedback, por isso, pedimos aos responsáveis e envolvidos no processo de recebimento e estocagem de peças nas Concessionárias que avaliem a efetividade das ações tomadas.

## Jeep Renegade ganha série especial WSL

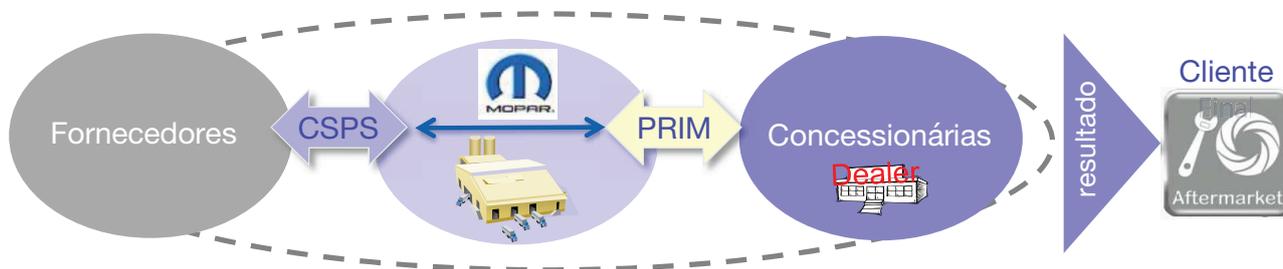
Patrocinadora da World Surf League, a Jeep acaba de lançar, em parceria com a WSL, o Jeep Renegade WSL.

A Série limitada a 500 unidades, com visual exclusivo, já está disponível para pré-venda até dia 30 de julho. E quem fizer a reserva, nesse período, ainda vai levar de brinde a famosa “Jeep Leader Jersey”, a camiseta amarela utilizada exclusivamente pelos surfistas que chegam ao topo do ranking da World Surf League.

Disponível apenas na cor perolizada Branco Polar e com acabamento externo escurecido, o Jeep Renegade WSL tem personalidade e está pronto para encarar as mais diversas aventuras. Saiba mais em: [renegadewsl.jeep.com.br](http://renegadewsl.jeep.com.br)



# Melhorias no PRIM propõem ainda mais assertividade no gerenciamento dos estoques



Ferramenta global da FCA desenvolvida para integrar todo o gerenciamento da cadeia de suprimentos, interligando fornecedores, fábricas e Concessionárias, o PRIM - Sistema de Gestão Integrada de Estoque – proporciona não só o fortalecimento das relações comerciais, mas também a logística entre a Rede e a FCA.

Dentre as principais funcionalidades do PRIM estão: Previsão de Consumo (cálculo mensal de acordo com o histórico de Estoque (ST) e Vendas (SE) da Concessionária); Proposta de Pedido (a FCA e a Concessionária compartilham dados de Estoque (ST) e Vendas (SE). O PRIM calcula a proposta de pedido para cada loja, de acordo com a previsão/forecast (FRC). A Concessionária pode alterar a proposta de acordo com a necessidade); Vitrine de Peças (por meio de informações atualizadas diariamente, com base nas parametrizações definidas pela Concessionária, a FCA e toda a Rede podem procurar peças e solicitar à Concessionária de origem); Múltiplos Armazéns

(é permitida a gestão de estoque das lojas filiais que não compram direto da FCA); Macro Dealer (a Concessionária pode visualizar, revisar e modificar todas as propostas de suas filiais. A proposta PRIM é calculada para cada Concessionária individualmente. Concessionárias de um mesmo grupo estão vinculadas e as permissões para a revisão da proposta ficam a critério da matriz e da FCA); Itens Promocionais (permite gerenciar a colocação dos itens em promoção sugeridas pelo PRIM, podendo incluir outras peças).

Uma outra importante função presente na ferramenta é a Cadeia de Substituição. Como funciona: no caso de substituição, a peça proposta pelo PRIM é a última da cadeia. Leva-se em consideração todo o histórico de substituição dos itens que pertencem àquela cadeia, de acordo com as informações do CSPPS e que são gerenciadas pela Concessionária. O grande benefício dessa função é que o PRIM exibe na proposta, de maneira on-line, todo o histórico da cadeia de

substituição. A informação é coletada diretamente do CSPPS, apontando os possíveis erros na gestão de substituições no DMS das Concessionárias.

Atualmente 78% da Rede tem o PRIM instalado, mas somente 19% utiliza. Visando ampliar essa abrangência, otimizar as funcionalidades da ferramenta, entender as dificuldades de uso e as necessidades dos Concessionários, mantendo-se alinhada às práticas e políticas da FCA/MOPAR, a ABRADIC tem o Grupo de Trabalho formado por gestores de peças da Rede e funcionários da FCA que estão envolvidos na implementação e desenvolvimento do PRIM.

A partir deste trabalho foram apontadas mudanças sistêmicas à área de TI da FCA, permitindo que as Concessionárias possam definir os parâmetros de acordo com as necessidades de cada um, a fim de tornar a ferramenta ainda mais útil, de forma que as sugestões de compras sejam mais precisas e os estoques saudáveis.

# Roberto Figueiredo, executivo da ABRADIC, viaja aos EUA para participar de um inédito Projeto Educacional

A convite da FENABRAVE e NADA (National Automobile Dealers Association) o executivo da ABRADIC, Roberto Figueiredo, viajou para a cidade de Tysons, na Virgínia (EUA), onde está sediada a NADA para participar do inédito Programa Educacional de Automóveis e Comerciais Leves.

Entre os dias 16 e 19 de junho de 2019, o grupo, composto pelos Executivos das Associações de Marca de Automóveis e Comerciais Leves Brasileiros, **participou** de uma série de workshops como temas como: Modelo de Negócio e Retorno do Investimento; Modelo de Negócio e Peças e Serviços; Modelo de Negócio e Seminovos; Modelo de Negócio e Veículo

Novo & F&I; Disrupção no negócio ou Evolução?; Competitividade dos Concessionários no Digital; Legislação da Distribuição de Veículos Americana & Novos Desafios Relacionados ao Novo Ambiente Tecnológico; Discussão sobre as diferenças e ideias para pensar no Brasil e Diferencial do fator humano. Também foram realizadas visitas técnicas a Concessionárias e à sede da NADA.

A ação estruturada pela FENABRAVE e NADA tem como propósito fornecer conhecimento e possibilitar a troca de experiências, contribuindo para o desenvolvimento do setor da Distribuição de Autos e Comerciais Leves no Brasil.

29º  
CONGRESSO  
& EXPO  
FENABRAVE

6<sup>º</sup>7  
AGO.2019  
TRANSAMERICA EXPO CENTER  
São Paulo - SP

# JUNTOS

# MOVENDO O BRASIL



FAÇA PARTE DESSE MOVIMENTO!

Realização

Patrocinador Máster

Patrocinador Ouro

Patrocinador Prata

Organização e Promoção

CONGRESSO-FENABRAVE.COM.BR



## Jeep cresce 23,13% no primeiro semestre de 2019

No acumulado do primeiro semestre de 2019, a marca Jeep atingiu 61.269 emplacamentos, um crescimento de 23,13% em relação aos 49.761 registrados em igual período do ano passado. Com isso, a participação da marca no mercado nacional aumentou 0,50 ponto percentual para 4,91%, em comparação com os 4,41% de share da Jeep obtido de janeiro a junho do exercício anterior.

Dentro de seus dois segmentos competitivos (SUV-B + SUV-C), a marca Jeep registrou 10.980 unidades em junho, ou 25,77% de participação de mercado (Market Share) num total de 42.606 unidades no mês.

O Renegade assegurou seu avanço expressivo em junho, com 5.912 emplacamentos, alta de 62,81% sobre os 3.625 obtidos em igual mês do ano anterior. Dentro do segmento SUV-B, o Market Share do Renegade aumentou 1,11 ponto percentual para 17,54%, ante 16,44% no mesmo mês do ano passado. No acumulado do primeiro semestre deste ano, o número de unidades emplacadas do Renegade atingiu 33.038, ou 54,2% superior aos 21.426 registros no mesmo intervalo de 2018. Nos primeiros seis meses de 2019, o Renegade garantiu Market Share de 19,12% (+ 3,75 pontos percentuais), enquanto o concorrente mais próximo obteve participação de 14,94%

O Compass manteve a liderança absoluta no segmento SUV-C com 56,65% de participação de mercado em junho de 2019, elevação de 3,14 pontos percentuais na comparação com o Market Share de 53,51% obtido em igual mês do ano anterior. Em número de unidades, o Compass mostrou 5.080 emplacamentos em junho de 2019, enquanto todo

o segmento SUV-C registrou 8.964 veículos. Já no acumulado do primeiro semestre, o número de emplacamentos da família Compass alcançou 28.031 unidades, leve queda de 0,56% em relação aos 28.190 registros ocorridos nos seis meses iniciais do ano passado. No primeiro semestre de 2019, o Compass registrou Market-Share dominante de 55,27%, ao passo que o principal concorrente - de outra marca - possui participação de 11,01%.

### Segmento SUV

Em outro tipo de comparação de mercado, o segmento SUV junto com os segmentos competitivos SUV-B e SUV-C somados tiveram crescimento de 2,81 pontos percentuais em junho de 2019 em comparação com o último mês de maio. Vale citar que o SUV-B aumentou em 2,56 pontos percentuais em junho, em relação a maio, enquanto o SUV-C teve crescimento de 0,24 ponto percentual.

### Mercado Nacional

Em junho (com 19 dias úteis), o mercado de automóveis e comerciais leves realizou 213.435 emplacamentos no País, uma queda de 8,86% em relação a maio (com 22 dias úteis), que havia registrado 234.173 unidades. No acumulado do primeiro semestre deste ano, a indústria exibiu um avanço de 10,81% no número de emplacamentos para 1.249.007 unidades em comparação com igual período de 2018. Vale lembrar que em maio e junho do ano passado, todo o mercado nacional foi afetado pelo efeito da greve dos caminhoneiros.

**Evolução de Mercado Total e SUV**

