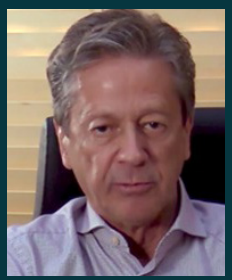
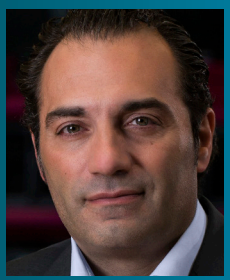
ABRADIC Press
30.04.2020

EDIÇÃO ESPECIAL – ABRADIC E FCA NO COMBATE AO COVID-19



Presidente da FENABRAVE, Alarico Assumpção Júnior, analisa o período que o setor atravessa, apresenta os pleitos da Federação e as conquistas obtidas até o momento.



Antonio Filosa, Presidente da FCA LATAM acredita que o Brasil sairá mais rápido da crise do que os demais países da região, apesar de prever uma queda nas vendas de 40% em 2020.

RAM DODGE CHRYSLER Jeep MOPAR

ESPECIAL
COVID-19

PAPO Aberto

Neste cenário de recessão mundial, sem precedentes, causado pela crise sanitária do novo Coronavírus, que afeta todos os setores da economia, tivemos os nossos negócios impactados fortemente em função dos decretos de quarentena com lojas fechadas, vendas praticamente estagnadas e produção paralisada, diminuindo a curva de crescimento que vinha sendo registrada no primeiro bimestre deste ano. A expectativa da FENABRAVE para todo o ano de 2020 era de 3 milhões de emplacamentos, agora, o quanto encolheremos e qual será o tamanho real do mercado pós-pandemia ainda são aspectos que não conseguimos mensurar devido à grande volatilidade atual.

O propósito nesta edição especial é apresentarmos de maneira resumida um panorama atualizado sobre o nosso setor, os esforços que temos feito para uma gestão alinhada com a ocasião, revisarmos estratégias e focarmos em áreas essenciais para que possamos atravessar esse difícil momento da melhor maneira que conseguirmos.

Trazemos uma entrevista com o Presidente da FENABRAVE, senhor Alarico Assumpção Júnior que faz uma análise sobre o período que o setor atravessa, os pleitos da Federação perante os Governos e órgãos competentes e as conquistas obtidas até aqui. Também contamos com uma importante participação do economista Francisco Mendes, especializado no setor de Distribuição de Veículos, que faz a sua análise com projeções para 2020, 2021 e 2022.

Com o intuito de informar e esclarecer a Rede sobre as mudanças na legislação brasileira provocadas pela pandemia, em parceria com o escritório de advocacia Lopes da Silva & Associados (LSA) apresentamos um artigo com os principais pontos de impacto nas áreas Trabalhista, Tributária e Cível/Comercial.

Em relação às atividades da ABRADIC, criamos o Comitê de Crise para buscar soluções, junto à FCA, visando amenizar os impactos causados em virtude da pandemia. Estamos bastante alinhados com a montadora e até aqui conseguimos bons pleitos como prorrogação dos prazos da Venda Direta e dos vencimentos dos carros em estoque para 60 dias, alteração no “período de tesouraria”, com o pagamento dos carros vendidos em março que foram parcelados em 24 meses, dentre outras importantes negociações ainda em andamento.

Em artigo com o presidente da FCA LATAM, Antonio Filosa, apesar da previsão de queda nas vendas neste ano em torno de 40%, o Executivo tem um olhar otimista e acredita que o Brasil poderá sair fortalecido da pandemia e recuperar sua economia em 2021 de maneira mais rápida que outros países, já que entrou depois na crise e agiu rapidamente para combater o vírus. Enquanto os investimentos e lançamentos serão postergados, as demissões, neste momento, estão descartadas. O posicionamento da montadora, suas inúmeras ações, inclusive de combate ao COVID-19 estão nas próximas páginas.

Também ouvimos a Diretora Comercial e Brand Jeep, Tânia Silvestri, que nos apresenta as novas ferramentas para alcançar os clientes e fala sobre os investimentos mais consistentes na geração de leads; e o Presidente do Jeep Bank, Gunnar Alejo Ramos Murillo, que reforça o posicionamento da instituição como aliada financeira neste momento de grande desafio para a Rede.

Gostaria de finalizar, ressaltando que a ABRADIC está monitorando de muito perto o atual cenário e todas as suas movimentações para que possamos juntos com a FCA criarmos os melhores mecanismos a fim de reduzirmos os impactos causados pela crise iniciada com a pandemia. Acredito que o mundo não será o mesmo e a maneira de conduzirmos os nossos negócios também mudará significativamente. Tenho a certeza de que sairemos mais fortalecidos e com um legado de aprendizado. Sempre juntos!

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

Comitê de Crise criado pela ABRADIC busca soluções, junto à FCA, para amenizar os impactos causados em virtude da pandemia

Com o propósito de monitorar o atual cenário e criar mecanismos para reduzir os impactos causados pela crise iniciada com a pandemia, a ABRADIC criou um Comitê de Crise com reuniões remotas que acontecem semanalmente entre a diretoria da Associação, da FCA e do Jeep Bank. Importantes avanços foram obtidos e muito trabalho ainda há pela frente. O Diretor da ABRADIC, Eduardo Meneghetti, diz que uma grande preocupação está em dimensionar o tamanho que o mercado ficará pós-pandemia e os ajustes que serão necessários para essa nova realidade. “Tentar entender o tamanho que ficará o mercado para trazermos isso para o nosso negócio é fundamental. A FCA projetou para este ano a comercialização de 130 mil carros, até 19 de abril foram 27 mil carros emplacados. Quantos serão daqui para frente? Uma projeção por alto é que atingiríamos 50% do estimado para 2020. São muitas incertezas, porém, estamos bastante alinhados com a Montadora e até aqui conseguimos bons pleitos, como a prorrogação dos prazos da Venda Direta, dos vencimentos dos carros em estoque para 60 dias, alteração no “período de tesouraria”, com o pagamento dos carros parcelados em 24 meses, dentre outras importantes negociações”, cita Meneghetti, lembrando que um outro importante tema que é a liberação total ou parcial do Fundão está em análise.

> “Neste momento todos devem fazer o seu dever de casa. É tempo de aprendizado.”
>
> Eduardo Meneghetti

O Executivo da ABRADIC frisa a importância neste momento de gerar leads. “Nunca foi tão importante focar na geração dos leads. Sempre encontramos resistência por parte dos vendedores neste trabalho, mas isso, agora vem mudando. Aliás, a crise nos trará muitos ensinamentos e importantes mudanças na condução dos negócios.” Meneghetti cita a experiência pessoal como bastante positiva. “Nosso foco esteve 200% nos leads, também continuamos muito forte nos agendamentos Pós-Vendas e vejo como uma ação de sucesso, já que tivemos 40% das passagens na oficina que tínhamos antes do distanciamento social. Atuamos forte no delivery, tanto para mostrar o carro que o cliente deseja adquirir, quanto para trazer o veículo na oficina. Nos reinventamos.

Investir na mídia digital também foi e será essencial daqui para frente. No meu negócio estamos projetando para o mês de abril uma queda de 60%, porém, se não fossem essas ações que adotamos, seria muito pior. Cada Concessionário tem a sua "receita de bolo", as particularidades dos negócios. Neste momento todos devem fazer o seu dever de casa. É tempo de aprendizado."

O Diretor da ABRADIC lembra que a Rede Jeep tem um grande produto nas mãos já que a marca é referência em SUV, detendo 1/4 do mercado, além disso, um importante lançamento está previsto para 2021. "Tudo indica que vamos passar por essa crise, um pouco melhor. Mas temos que fazer o dever de casa, estruturar nossas empresas, investirmos na propaganda on-line e aproveitar as medidas governamentais para que os reflexos da crise sejam os menores possíveis."

A importância **do Pós-Vendas**

Roberto Figueiredo, Diretor da Comissão de Pós-Vendas da ABRADIC, ressalta outras importantes conquistas obtidas por meio do Comitê de Crise como as extensões nos prazos das garantias das revisões em um mês ou 1.000 km a mais para que os clientes não perdessem a realização destes serviços; e uma força-tarefa para que a equipe do SAC se mantivesse atuante, mesmo com várias oficinas da Rede fechadas e assim pudessem dar o suporte e informações aos clientes. "Neste momento estamos negociando com a FCA questões como bonificação de peças, redefinindo metas de acordo com a realidade que estamos vivendo."

De acordo com Figueiredo, é também preciso pensar um pouco mais à frente e como o Pós-Vendas poderá contribuir ainda mais para os negócios. "A retomada das vendas pós-pandemia será mais lenta. Os clientes devem adiar a compra, por outro lado, o Pós-Vendas, acreditamos, ganhará mais relevância, já que os serviços de manutenção dos veículos se tornarão primordiais. Então, temos um grande desafio em conjunto com a FCA que é criarmos soluções, visando uma maior rentabilização desta área, que será chave para a sobrevivência da Rede. Estávamos fazendo algumas análises até o fim do ano e a expectativa é que o Pós-Vendas volte 100%, já as vendas, na melhor das hipóteses, entre 70% a 75% do que vendíamos antes. Por isso, o nosso dever e a nossa força-tarefa, juntamente com a FCA, é tentar fazer essa área funcionar muito bem e atravessarmos este momento tão adverso da melhor maneira que conseguirmos."

> "Um grande desafio atual é criarmos soluções, em conjunto com a FCA, visando a maior rentabilização do Pós-Vendas, que será chave para a sobrevivência da Rede."
>
> Roberto Figueiredo

“Para passar por essa tormenta será necessário ter uma gestão eficiente”

Em entrevista à ABRADIC PRESS, o Presidente da FENABRAVE, Alarico Assumpção Júnior, faz uma análise sobre o período que o setor atravessa, os pleitos da Federação perante os Governos e órgãos competentes, as conquistas obtidas até aqui, cita a criação do Comitê de Crise COVID-19 e deixa a sua mensagem para a Rede.

ABRADIC PRESS - **A previsão da FENABRAVE para todo o ano de 2020 era de 3 milhões de emplacamentos, mantendo uma curva ascendente do setor. Com a crise causada pela pandemia do novo Coronavírus já podemos ter uma ideia de quanto essa projeção poderá ser afetada?**

Alarico Assumpção Júnior - Ainda é muito prematuro para fazermos um diagnóstico, pois dependemos de quando retomaremos as nossas atividades, em sua plenitude. Fato é que, ao invés de crescimento, todos os segmentos deverão apresentar queda, mas não temos como precisar volumes ou percentuais ainda.

ABRADIC PRESS - **Segundo pesquisa da LMC Automotive, a produção global de carros leves deve ter uma queda de 13,4% (em 2019 foram produzidos 88,8 milhões de unidades e para 2020 projeta-se 76,9 milhões). Podemos falar de uma crise mundial sem precedentes com a paralização das montadoras, fornecedores, Concessionárias etc. Qual a visão do senhor?**

Alarico Assumpção Júnior - Sim, sem dúvida, estamos falando de uma recessão mundial, sem precedentes. Na verdade, diferente da crise ocorrida em 2008, que afetou a liquidez dos bancos, por exemplo, essa crise é sanitária, impactando, diretamente, na economia. Além disso, na maior economia do mundo, os EUA, as empresas entraram nessa crise com um grau de alavancagem inédito, na sua economia, e que entrou em 2020 com suas dívidas representando 47% do PIB americano. É o que chamamos de parada súbita, quando o mundo todo freia suas atividades econômicas ao mesmo tempo.

ABRADIC PRESS - **Relembrando os anos de 2008 e 2009, na crise da bolha imobiliária americana que atingiu o mundo financeiro, o mercado de automóveis nos Estados Unidos, que vinha de um volume de 16 milhões de carros em 2007, caiu para 10,4 milhões em 2009. Somente atingindo novamente os 16,4 milhões em 2014, 5 anos depois da queda.**

- **No Brasil, em 2007 estava em 2,3 milhões e subiu para 3 milhões em 2009. Atingindo o pico de 3,6 milhões em 2012. A partir de 2013, por fatores econômicos e políticos internos, caiu de 3.57 milhões para 1.98 milhões em 2016.**

- **Como base nestes exemplos da crise anterior, existem fatores internos que podem agravar o quadro brasileiro e levar a recuperação para o modelo "U" ao invés de "V"? Quais ações deveríamos tomar para sobreviver durante este período nesta hipótese?**

Alarico Assumpção Júnior - É bom lembrar que essa crise é inédita e não pode ser comparada com nenhuma outra. Nunca assistimos, do ponto de vista global, as cidades parando, as fábricas fechando, os setores de serviço e varejo perdendo ritmo nessa velocidade. Portanto, não é comparável com 2008. A queda de comercialização, de mais de 80%, no setor automotivo, é inédita. Do nosso ponto de vista, e com todas as dúvidas presentes no momento, a maior probabilidade é de que o retorno se dê em "U". Primeiro, porque a população vai sair do isolamento ainda receosa e muitos sem nenhum rendimento ou rendimento abaixo do que tinha antes do episódio, e ainda com dificuldade de obtenção de crédito, no primeiro momento, o que significa que a demanda vai voltar de forma lenta.

Do lado da oferta, a reconstrução das cadeias produtivas, associada ao retorno do comércio mundial e da retomada das unidades produtivas irá ocorrer em velocidades diferentes, para cada setor. Lembramos que a agricultura, os setores de alimentos, aqueles que atendem à saúde, e embalagens estão produzindo bem. Na área de transporte também existe uma parte que segue fazendo a distribuição no Brasil.

ABRADIC PRESS - **Recentemente, durante o auge da crise, uma grande emissora recriminou em um noticiário a ação de um distribuidor que desenvolvia sua atividade de acordo com as normas, ou seja, de forma remota através de sistemas digitais e sob estrita observação do distanciamento social preconizado.**

a. **Assim, tendo em vista o grande esforço empreendido pela FENABRAVE em categorizar a Rede de Distribuição e a prestação de serviços como parte dos serviços essenciais, qual é o nível de aceitação desta tese pelos órgãos públicos?**

Alarico Assumpção Júnior - Encaminhamos ofício a todos os Estados, incluindo o Presidente da República, Ministérios da Economia, Casa Civil e Infraestrutura, no sentido de pedir que reconheçam a importância das Redes de Concessionárias, tanto para a realização de serviços de manutenção a veículos fundamentais para

transporte e abastecimento de cargas (como é o caso de caminhões, implementos, tratores, máquinas agrícolas e até motos), como para garantir a mobilidade de pessoas e entregas pela modalidade delivery, nesse momento de isolamento social, como é feito pelos automóveis e motos. A resposta dos órgãos públicos tem sido gradativa e não atingiu nossos objetivos plenos, razão pela qual continuaremos persistindo em nosso pleito, uma vez que as Concessionárias, tanto para serviços como para vendas, estão preparadas a operar, obedecendo, rigorosamente, os preceitos de segurança sanitária, preconizados pelo Ministério da Saúde e OMS. Até o momento, Distrito Federal, Espírito Santo, Santa Catarina e Rio Grande do Sul já autorizaram a volta da operação completa das Concessionárias, mas em alguns desses estados não abrange todos os municípios (quando há decreto municipal, ele é que vale). Já fizemos reunião com o Governador de São Paulo, pedindo a reabertura imediata das Concessionárias, ainda que gradativamente, iniciando pelo interior, e estamos aguardando posicionamento.

b. Há algum plano de comunicação de massa para elevar o nível de aceitação e da importância da Rede de Distribuição Oficial perante a opinião pública?

Alarico Assumpção Júnior - Estamos falando com a imprensa, quase que diariamente, no sentido de nos manifestar sobre os impactos negativos da manutenção da quarentena sobre o nosso setor, o que implicará na drástica redução de vendas e no consequente comprometimento de cerca de 40% dos mais de 315 mil empregos gerados. Também temos feito vários comunicados e manifestos, seja aos governos como às categorias que atendemos, como caminhoneiros, taxistas, motoristas de aplicativos, entre outros. Fizemos, ainda, WEBINAR abordando a MP936, que flexibiliza as relações trabalhistas e sua aplicação em nosso setor. Tivemos 500 participantes das Redes e Associações de Marca e mais de 70% disseram que pretendem aderir a essa Medida Provisória, que prevê a suspensão temporária de contratos de trabalho e/ou a redução de jornada e salários. Estamos lançando, essa semana, também, um Informativo especial, que será semanal, sobre todas as ações dos grupos de trabalho do Comitê de Crise COVID-19, criado em 13 de março. Vídeos e outros materiais já foram elaborados e divulgados, assim como releases à imprensa. Enfim, estamos trabalhando, com bastante ênfase, todos os canais possíveis de comunicação.

ABRADIC PRESS - **Conforme os números da FENABRAVE, de 2013 a 2018 a representatividade do setor de distribuição de veículos perante o PIB nacional, saiu de 5,7% em 2013, e 5 anos depois, após ter caído para 3,48% em 2016, se recuperou em 2018, chegando a 4,51%. Enquanto isso, o mercado de Autos + CL, caiu de 3.58 milhões em 2013, para 1,99 milhões em 2016 e só atingiu 2,47 milhões de unidades, em 2018. Nos parece que a representatividade no PIB superior a 5% precisaria de um mercado interno maior que 3,6 milhões de unidades.**

Assim:

a. Em primeiro lugar, qual a sua interpretação sobre os fatores que permitiram a lenta recuperação de 2016 até 2018, e provavelmente, se tiver algum número mais recente, até 2019?

Alarico Assumpção Júnior – Primeiro, vamos lembrar que quando falamos da nossa participação no PIB não estamos falando apenas de automóveis e comerciais leves, mas de todos os segmentos que representamos. Do ponto de vista econômico temos que lembrar que o PIB do Brasil em 2014 cresceu 0,5%, e nos anos de 2015, 2016 caiu 3,5% e 3,3%, respectivamente, iniciando uma tímida recuperação nos anos de 2017, 2018 e 2019. Nesse sentido a recuperação do setor automotivo se deu de maneira mais intensa. As vendas totais do setor cresceram 1,7%, 13,5% e 10,3% respectivamente nos anos de 2017, 2018 e 2019 e caminhávamos rapidamente para recuperar os 5%. Com a crise e sendo um dos setores mais afetados iremos levar algum tempo para nos recuperarmos.

b. Supondo que a recuperação venha em dois anos, de 2020 a 2022, quais seriam, na sua

opinião, os fatores de recuperação para esta nova crise?

Alarico Assumpção Júnior - Como afirmamos acima, a crise é muito profunda, o mundo está caminhando para uma recessão e os cenários ainda não estão claros. Mas, a recuperação do setor sempre se dá com a recuperação da confiança do consumidor, emprego e renda, além da expansão do crédito para automóveis e comerciais leves, e com o retorno do crescimento do PIB, para os demais segmentos. Isso significa que vai depender do tamanho da perna do "U", que mencionamos acima.

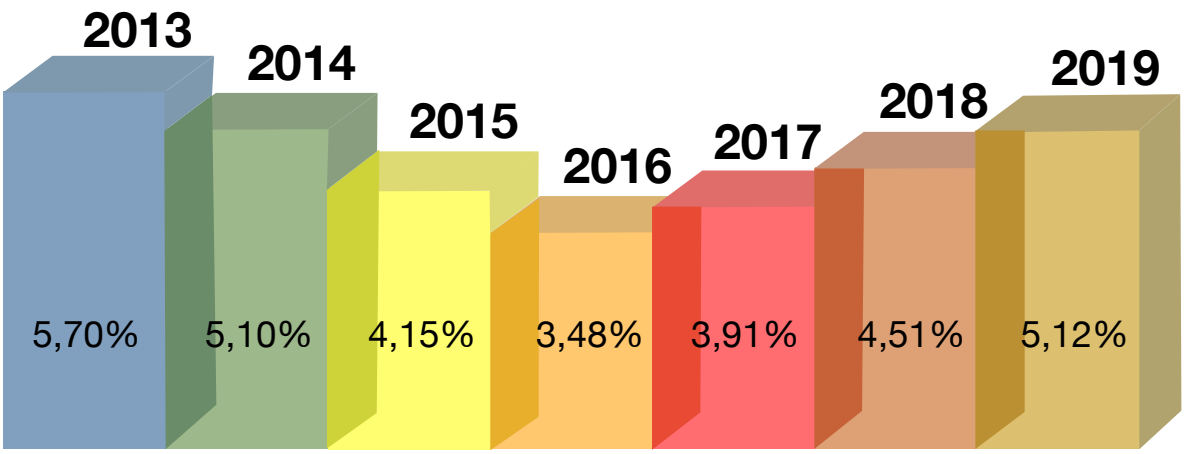
No quadro abaixo, mostramos que, em 2019, a participação do Setor da Distribuição de Veículos no PIB aumentou para 5,12%.

ABRADIC PRESS - **De acordo com o estudo ICDP de 2017, havia uma indicação sobre a tendência ao processo de "omnichannel" para atender a mudança do comportamento do consumidor. A teoria ensina que "... em ambientes de mudanças, as empresas remanescentes precisam recompor suas capacidades competitivas, no que se refere à capacidade de adaptar-se ao ambiente em mudança... (Teece, Pisano & Shuen, 1997). Tendo em vista este novo e dramático momento, quais mudanças são necessárias para que a FENABRAVE possa apoiar a Rede para enfrentar esta transformação que deixou de ser simplesmente digital para o mais novo e recente componente da transformação que é a saúde pública?**

Alarico Assumpção Júnior - A FENABRAVE, primeiramente, reforçou sua comunicação e, também, projetos educacionais, como a Universidade Web FENABRAVE, oferecendo cursos sobre gestão, entre outros 110 de sua Plataforma, e gratuidade de 3 meses para todas as Concessionárias assinantes, assim como vem oferecendo gratuidade trimestral e uma trilha especial para as Concessionárias ainda não assinantes, que podem inscrever até 20 alunos.

O segundo estudo do ICDP já está pronto e sendo impresso, devendo chegar às Associações de Marca muito em breve, mostrando uma análise importante de visão de futuro, ainda que sem considerar essa pandemia, já que o material foi desenvolvido antes.

Também editamos um Guia de Orientações para Aplicação da LGPD- Lei Geral de Proteção de Dados, cuja lei deve vigorar a partir de agosto, e que provocará transformações no relacionamento entre as Concessionárias e seus colaboradores, parceiros e clientes.



Fonte: FENABRAVE.

Sobre saúde pública, lançamos um Guia Contra a Disseminação do Coronavírus, para as Concessionárias, enfatizando todo o processo de assepsia e cuidados necessários para o atendimento aos clientes, mantendo em segurança, também, os colaboradores.

Fizemos, ainda, um guia de gestão, contendo dicas para que as Concessionárias promovam a adequada administração de seus negócios, nesse período de crise, principalmente, focando no caixa.

A presença e o relacionamento on-line já vinham, de forma crescente, sendo desenvolvidos pelas Redes, mas, agora, esse processo se intensificou e não deve retroagir. Mas, vale lembrar que, apesar de a maioria dos clientes, em sua jornada de compra, utilizar a internet, essa maioria ainda prefere fechar negócios olho no olho, e fazendo test-drive no veículo, antes de adquiri-lo.

E acredito que, em relação à representatividade política, o que a FENABRAVE tem feito, quase que 24 horas por dia, é interagir com as lideranças, entidades congêneres e órgãos públicos e governos, no sentido de buscar caminhos para que as Concessionárias passem por esse momento delicado. Esse foi o caso das linhas de crédito que pedimos ao BNDES, por exemplo, entre vários outros pleitos, como a suspensão da cobrança de impostos federais e estaduais, IPVA, entre outros.

ABRADIC PRESS **- Ainda neste sentido, na sua opinião, qual seria o novo perfil de Rede para cruzar este momento de transformação?**

Alarico Assumpção Júnior - Para passar por essa tormenta será necessário ter uma gestão eficiente, cuidado com o caixa, sem descuidar das equipes, que devem continuar sendo treinadas para o retorno das operações. Investir no atendimento remoto de clientes, em presença on-line e permanecer capitalizadas são algumas fórmulas que julgo essenciais para a preservação das Concessionárias.

ABRADIC PRESS **- Poderia falar sobre o Comitê de Crise COVID-19 criado pela FENABRAVE? Também foi desenvolvido um Guia Prático contra a disseminação do Coronavírus?**

Alarico Assumpção Júnior - Com o objetivo de ajudar o Setor da Distribuição de Veículos a combater os efeitos da pandemia do Coronavírus, a FENABRAVE criou, em 13 de março de 2020, o Comitê de Crise COVID-19 e, a partir desta semana, passará a editar um Informativo Semanal, que relatará as principais ações anticrise. Presidido por mim, e Coordenado pelo Vice-Presidente, Dr. Samir Dahas Bittar, o Comitê conta com a participação dos demais Vice-Presidentes, além de executivos e assessores. Este Comitê vem agindo, em diversas frentes junto ao BNDES, Governo Federal, Estaduais e Municipais, entre outros órgãos públicos e entidades congêneres. E, a partir desta semana, esse Comitê terá Grupos de Trabalho, encarregados por áreas específicas, como Capital de Giro e Linhas de Crédito, Mercado/Associações de Marca de cada segmento; SINCODIV´s/Regionais, Governo e Entidades Congêneres; ALADDA e Entidades Internacionais; Comunicação; Saúde e Jurídico (Assuntos Tributários e Trabalhistas).

Como parte de um dos primeiros trabalhos deste Comitê esteve o Guia de Orientações FENABRAVE contra a Disseminação do Coronavírus, criado para auxiliar as Concessionárias a evitar a contaminação, pelo vírus, em suas instalações e junto a seus colaboradores e clientes. Este Guia, disponível no portal da FENABRAVE, foi encaminhado a todas as lideranças, para que compartilhassem com suas Redes. Desta forma, todos estarão municiados de informações para que retornem às suas atividades, tomando todos os cuidados, de saúde sanitária, necessários.

ABRADIC PRESS **- Quais vêm sendo os principais pleitos encabeçados pela FENABRAVE em prol do setor, junto aos Governos e órgãos competentes? Já temos alguma novidade para anunciar?**

Alarico Assumpção Júnior - No último boletim FENABRAVE em Ação, destacamos as principais ações empreendidas para mitigar os efeitos negativos da crise. Basicamente, nos preocupamos em levar, às autoridades, pleitos relacionados a capital de giro/linhas de crédito, postergação/suspensão de tributos, desoneração de folha de salários, e previsibilidade para retomada das atividades. Lutamos e conseguimos, na maior parte do País, que ao

menos as oficinas voltassem a operar, pois, a área de serviços responde, diretamente, à manutenção dos veículos responsáveis pelo abastecimento de itens de primeira necessidade para o Brasil, assim como garante a mobilidade das pessoas. Passamos a enfatizar, ainda, que as Concessionárias estão preparadas para voltar às suas operações normais, mediante plena responsabilidade em relação aos protocolos de saúde, preconizados pela OMS e Ministério da Saúde e que, igualmente, a área de vendas é essencial na medida em que responde pela cadeia de mobilidade de pessoas, como os agentes de saúde e médicos, por exemplo, e pelas entregas, do tipo "serviços de delivery", que aumentaram, substancialmente, durante o isolamento social. Além disso, temos destacado a importância do nosso setor para a arrecadação de impostos, para a geração de riquezas – já que respondemos por 5,12% do PIB -, e empregos (mais de 315 mil empregos diretos). Com isso, caso as Concessionárias não voltem a operar, em breve tempo, não teremos como sustentar todos os empregos gerados, mesmo com o advento da MP936, que muito vem ajudando, tanto a empresários como a seus colaboradores. Acreditamos que, a começar pelo interior e por estados menos afetados pela pandemia, a reabertura das Concessionárias poderia ocorrer agora.

ABRADIC PRESS - **A estrutura de comercialização de automóveis no Brasil ainda é fortemente presencial. O senhor acredita que os investimentos que vêm sendo feitos para capacitação e para aumentar a presença virtual e vendas on-line vão contribuir de alguma forma para amenizar o impacto do distanciamento social?**

Alarico Assumpção Júnior - Como disse, o atendimento remoto e os relacionamentos on-line serão grandes aprendizados, neste momento, e acredito que, mesmo quando o mercado retomar suas atividades regulares, muito do que se vem praticando agora possa permanecer. Os contatos on-line, por exemplo, são fortes exemplos disso, mas a concretização das vendas, assim que as Concessionárias reabrirem suas portas,

ainda deve continuar ocorrendo, em sua maioria, presencialmente.

ABRADIC PRESS - **Gostaríamos, também, de apresentar boas práticas, esforços e ações coordenadas pelas montadoras e que, de uma maneira, tragam reflexos positivos para a Rede de Distribuição. Teríamos informações neste sentido para compartilhar?**

Alarico Assumpção Júnior - Cada Associação de Marca tem sido responsável por negociar, em nome de suas Redes Associadas, com as montadoras. Não podemos falar das 51 Associações e suas tratativas, mas podemos garantir que os esforços, já com muitos resultados positivos, estão se dando no caminho da postergação de pagamentos e antecipação de recebíveis, assim como, algumas, com a captação de recursos advindos de Fundos comuns, para fortalecimento de caixa. Mas, as condições variam muito, pois, cada marca conhece sua dor e o remédio necessário para sua sobrevivência.

> Una-se a seus pares e à sua Associação de Marca, pois, sozinhos não chegaremos aos objetivos que precisamos. Tire as melhores lições possíveis dessa crise e lembre-se de que a transformação já ocorreu.
>
> Alarico Assumpção Júnior

ABRADIC PRESS - **Qual a mensagem que o senhor gostaria de deixar para o mercado?**

Alarico Assumpção Júnior - Deixarei mensagens a cada Concessionário!:

- Em primeiro lugar, cuide de sua saúde e acredite em Deus, pois tudo isso passará, e tudo tem uma razão de ser.
- Mantenha-se resiliente, determinado e confiante! Não desanime!;
- Cuide do seu caixa e de seu pessoal. Sem fluxo de caixa, nenhuma empresa sobrevive.
- Tenha certeza de que tudo isso vai passar e, mais uma vez, sairemos mais fortes adiante.
- Una-se a seus pares e à sua Associação de Marca, pois, sozinhos não chegaremos aos objetivos que precisamos. Devemos ter um porta voz que fale em nosso nome, assim como a FENABRAVE fala pelo Setor, as Associações falam pelas Redes de cada marca.
- Tire as melhores lições possíveis dessa crise;
- Reinvente-se! Aprenda a atender remotamente, a ser mais proativo. Vá até o cliente onde ele está e faça disso uma atitude permanente;
- Lembre-se de que a transformação já ocorreu. Nada mais será, exatamente, como antes e, por um lado, isso pode ser bom, pois aprendemos a valorizar mais o presente e as pessoas que nos cercam. Aprendemos que a comunicação à distância é tão ou mais eficiente do que reuniões presenciais e que tomam tanto tempo de deslocamento e elevam os custos. Aprendemos, ainda, a negociar mais e melhor, seja com os nossos clientes, com parceiros ou com os nossos colaboradores, de forma que o equilíbrio nessas relações e a doação bilateral sejam as bases do caminho que estamos edificando para o futuro. Aprendemos, ainda, que o teletrabalho pode ser continuado para algumas funções, o que minimiza custos e aumenta o tempo de produtividade para alguns profissionais.
- Enfim, aprenda todos os dias! Cuide-se, todos os dias! E melhore, todos os dias, um pouco mais a cada dia.

Essas são as lições que tenho, humildemente, aprendido e que gostaria de repassar.

"2020 será um ano de sacrifícios"

Com a crise causada pela pandemia do novo Coronavírus, o presidente da FCA LATAM, Antonio Filosa, prevê uma queda nas vendas em torno de 40%. Enquanto os investimentos e lançamentos serão postergados, as demissões, neste momento, estão descartadas

(Fotos: Leo Lara)

Com as atenções voltadas para os desdobramentos da crise causada pela pandemia do novo Coronavírus, o presidente da FCA LATAM, Antonio Filosa, teve a sua rotina de trabalho alterada desde o mês de fevereiro com a realização diária de teleconferências com as lideranças globais e regionais da companhia para monitorar o atual cenário, bem como, planejar e definir as ações e processos que devem ser executados e priorizados pelo Grupo. Também foram estabelecidas duas frentes de comunicação, uma com os fornecedores e outra com a Rede, para alinhar planos, inclusive para o momento da retomada dos negócios, trocar ideias, ouvir demandas e compartilhar experiências.

Para o ano de 2020 a previsão de crescimento para a região LATAM estava em torno de 8% e até meados de março as vendas estavam em consonância com esta projeção. Mas, com a chegada do Coronavírus a situação do mercado foi radicalmente alterada. Já nas últimas duas semanas de março o mercado brasileiro caiu 90%, o argentino 100% e cerca de 80% nos demais países da região, comprometendo significativamente os resultados do segundo trimestre.

> "Estamos também preocupados com a situação dos nossos fornecedores e da Rede de Concessionárias. É imprescindível que o governo adote mais medidas de salvamento e estímulo."
>
> Antonio Filosa

As fábricas da FCA no Brasil (Betim-MG, Goiana-PE) foram diminuindo gradualmente a produção com a paralisação total em 27 de março. A retomada das atividades nas unidades, ocorrerá em etapas, e está prevista para o mês de maio, seguindo as determinações das autoridades locais. “Estamos trabalhando com ferramentas, mecanismos e protocolos dentro das fábricas e dos escritórios para que seja uma experiência absolutamente segura para os colaboradores. Temos responsabilidade direta sobre eles e suas famílias. Nos próximos dias irei até a fábrica de Betim para fazer um simulado de cada etapa da jornada, desde a saída do funcionário de casa, a chegada na empresa, sua rotina em nossas dependências até o momento de retorno para a residência, e assim ter a certeza de que todos estarão em segurança”, explica Filosa.

Ações **para mitigar problemas com o caixa**

Com a produção paralisada, pouquíssimos serviços de assistência técnica entregues, vendas praticamente estagnadas; a indústria automotiva está diante de um cenário sem precedentes, e que acabou penalizando fortemente o caixa de toda a cadeia. E como trabalhar essa situação para que não se torne um problema crônico? Bem, no caso da FCA, que havia adquirido sistemas, componentes e peças para a produção equivalente a um mês, um mês e meio; e tinha aprovado junto aos seus acionistas um plano ambicioso de investimentos, já que o previsto era uma retomada vigorosa do mercado brasileiro, foram tomadas algumas medidas para não comprometer ainda mais o seu caixa e honrar as obrigações com fornecedores e colaboradores. O plano de investimento foi mantido, mas precisou ser prorrogado, contratos diversos renegociados e alguns custos revistos. “Temos ainda a sorte de ter uma Rede proativa e um excelente diálogo com ela, que está, inclusive, trabalhando com abordagem totalmente digital. Há também uma força-tarefa junto ao Governo, bancos privados e a Associação que nos representa em busca de mecanismos de crédito para a proteção de caixa”, cita o Presidente da FCA LATAM.

Uma **nova realidade pós-pandemia**

Com o distanciamento social provocado pela pandemia, o comportamento do consumidor teve que mudar, novos hábitos foram criados e o mercado brasileiro automotivo passou a lidar com o contato digital, as vendas on-line. “Não tenho dúvidas de que uma das heranças que teremos na ‘nova normalidade’ é esta maneira de fazer negócios. Claro que teremos ainda a forte presença dos consumidores nas Concessionárias, mas fica evidente essa vertente digital, tanto que criamos diferentes ferramentas para que a Rede pudesse trabalhar as vendas remotamente. Sabemos que essa modalidade de negócio não será suficiente para suprir o volume de vendas que precisamos para equilibrarmos as nossas contas, mas agregará valor. Entramos na fase de “rethinking”, que significa repensar os nossos negócios, que antecipa a fase da retomada e da nova normalidade”, esclarece.

Filosa afirma que o plano de investimento da FCA para o Brasil em torno de R$ 14 bilhões previsto para o período de seis anos (2018-2024) será mantido, porém, postergado e se estenderá por um ano aproximadamente, ou seja, até 2025. Também foram adiados eventos e ações como o lançamento dos dois modelos híbridos da Jeep que seriam apresentados esse ano no Salão do Automóvel em São Paulo (adiado, antes mesmo da pandemia), apresentações, cursos, treinamentos etc. “O tão esperado lançamento da Jeep com sete lugares, por exemplo, deve atrasar de dois a seis meses. Com a paralisação da produção e queda abrupta das vendas, precisamos proteger o caixa e esses atrasos são inevitáveis”, explicou Filosa, que espera começar a ver recuperação entre o terceiro e quarto trimestre de 2020.

Sobre o delicado tema que envolve demissões, o executivo é categórico ao afirmar que serão evitadas ao máximo. Além de ser um processo custoso, a companhia não quer perder funcionários competentes e experientes. “Tivemos importantes negociações com os sindicatos de classe, para preservarmos os empregos por um maior tempo possível. Em nossas plantas no Brasil iremos

manter os empregos ao longo deste ano. A Medida Provisória 936/2020 editada pelo governo no início de abril com as medidas de flexibilização trabalhista, como redução de jornada e salários e suspensão temporária de contratos de trabalho previstas, nos possibilitou garantir os empregos de um time que temos muito orgulho pela competência, proatividade, talento e motivação e, em paralelo, otimizar a nossa cadeia de valor. Essa medida se mostra muito eficiente e torcemos para que essa MP seja suficiente para o tempo que durar a paralisação dos negócios", analisa.

Medidas **para evitar o colapso da cadeia**

Ao injetar aproximadamente R$ 150 bilhões na economia, o governo brasileiro pretende amparar, especialmente os pequenos negócios e as pessoas mais vulneráveis, o que é visto por Filosa como uma medida acertada, porém ressalta que o apoio financeiro precisa também chegar aos grandes empregadores para evitar um possível colapso da cadeia, lembrando que o setor automotivo conta com mais de 7 mil empresas, emprega mais de 1 milhão de pessoas, representando cerca de 4% do PIB nacional e 18% do PIB industrial. "Estamos também preocupados com a situação dos nossos fornecedores e da Rede de Concessionárias. É imprescindível que o governo adote mais medidas de salvamento e estímulo."

Mesmo com todas as dificuldades, um trimestre sem precedentes para o país e uma queda de 35% a 40% nas vendas deste ano, com previsão de retomada aos patamares de 2019 em aproximadamente três anos, Filosa tem um olhar otimista e acredita que o Brasil poderá sair fortalecido da pandemia e recuperar sua economia em 2021 de maneira mais rápida que outros países. "O Brasil entrou depois na crise, mas agiu rapidamente para combater o vírus. Portanto, temos chances de sair mais rápido dessa situação de quarentena. Além disso, todo período de reconstrução é uma importante oportunidade para melhorar um país e sua sociedade", avalia.

FCA investe em amplo programa de suporte no combate à COVID-19

Em sintonia com o compromisso global em ser uma cidadã corporativa, a FCA se mobiliza em um amplo e consistente programa de suporte no combate à COVID-19 com medidas em níveis federal, estadual e municipal.

"Nosso programa está baseado em uma estratégia coordenada e multidisciplinar, que abrange desde doações às autoridades da Saúde até o aproveitamento dos conhecimentos e habilidades de nossos profissionais em áreas como Engenharia, Manufatura, Design, Finanças, Compras, Logística e Direito para auxiliar em diversas frentes no combate aos efeitos da pandemia no Brasil. O momento pede união de esforços, e a FCA faz questão de se fazer presente e atuante. Tenho um time extraordinário! Agradeço a criatividade, empenho, proatividade e sacrifício. Conhecia o lado 'business' de cada um, não o humanitário. Eles estão me dando muito orgulho", declarou Antonio Filosa, presidente da FCA para a América Latina. Há um comitê executivo que discute todas as oportunidades de cooperação e apoio no combate à pandemia, analisando aspectos operacionais, de compliance e governança, em sintonia com o poder público e autoridades responsáveis pelas ações a serem implementadas.

O programa está pautado em três frentes de atuação: contribuições para a instalação de hospitais de campanha em Betim (MG) e Goiana (PE) cidades em

que possui plantas automotivas, com oferta total de 300 leitos; a produção e oferta de itens hospitalares altamente estratégicos neste momento e doações e comodato de recursos e materiais diversos para apoio à área da Saúde.

Confira **algumas das inúmeras ações que vêm sendo realizadas:**

Produção e recuperação de ventiladores pulmonares

Um grupo de trabalho multidisciplinar foi criado para atuar em duas frentes: uma dedicada ao conserto dos ventiladores pulmonares e a outra à produção destes aparelhos hospitalares, imprescindíveis neste momento.

Juntamente com outros grandes grupos empresariais, a FCA está envolvida no acordo firmado entre a Magnamed, maior fabricante de ventiladores pulmonares do Brasil, e o Ministério da Saúde para a fabricação e entrega de 6,5 mil aparelhos até agosto.

"Nós atuamos diretamente na identificação e eliminação de gargalos produtivos e no mapeamento de novas linhas de financiamento para a ampliação imediata da capacidade de produção desses aparelhos por empresas nacionais", explica Armando Carvalho, Diretor Adjunto de Desenvolvimento de Negócios da FCA para a América Latina. "Também colocamos nossos profissionais de Compras, Desenvolvimento de Produtos, Logística, Manufatura e Engenharia à disposição para viabilizar o aumento da capacidade produtiva de ventiladores pulmonares no Brasil, considerando o prazo bastante apertado que esse quadro de urgência nos impõe."

Outra frente está voltada ao conserto dos respiradores. Como parte da força-tarefa criada pelo SENAI e Ministério da Economia, a FCA capacitou 18 engenheiros para o conserto desses aparelhos, atuando nos Polos Automotivos Fiat, em Betim (MG) e Jeep, em Goiana (PE). O Brasil tem cerca de 65,2 mil desses aparelhos, sendo que aproximadamente 3,6 mil estão fora de operação, precisando de reparos.

Doações de protetores faciais para IML e Hospital João XXIII, de Minas Gerais

No mês de abril foram entregues pela FCA 100 protetores faciais plásticos (face shields) ao Instituto Médico Legal André Roquette, de Minas Gerais. Os protetores serão utilizados por profissionais para proteção durante a execução de necropsias, nos serviços de antropologia forense, nos laboratórios e sempre que houver manuseio de material biológico.

A FCA também entregou 120 protetores faciais plásticos ao Hospital João XXIII, em Belo Horizonte, que serão utilizados pelos profissionais deste hospital público estadual de pronto socorro que realiza atendimentos de alta complexidade em urgência e emergência.

Os protetores estão sendo fabricados, graças à

Um grupo de trabalho multidisciplinar foi criado para realizar consertos e produzir ventiladores pulmonares.

atuação conjunta de grupos voluntários compostos por universidades, governos e empresas, dentro do Polo Automotivo Fiat, onde a FCA mobilizou know-how das áreas de Engenharia, Design e Manufatura para a produção em impressoras 3D. Serão produzidas cerca de 2 mil peças para doação a serviços de saúde de Minas Gerais e Pernambuco.

Sede do Fiat Clube, em Betim, abriga hospital de campanha

O primeiro centro de atendimento médico de combate à pandemia causada pelo Coronavírus em Minas Gerais foi instalado no Fiat Clube, em Betim. A FCA cedeu uma área de 2 mil metros quadrados para a instalação de 200 leitos. Os casos de pacientes internados que evoluírem para quadros mais graves serão direcionados para os leitos de UTI instalados em hospitais da rede pública. À medida que os pacientes se recuperem e deixem a terapia intensiva, retornarão ao hospital de campanha do Fiat Clube, onde foram implantados outros 80 leitos para recebê-los na fase de recuperação.

O primeiro piso é para o atendimento assistencial dos pacientes. Já o piso inferior tem infraestrutura para os profissionais da saúde, contando com vestiários, refeitório, almoxarifado e sala de descanso.

Agora, a empresa trabalha para concluir, até final de abril, a implantação de um hospital de campanha com 100 leitos no município de Goiana, no Estado de Pernambuco.

Veículos entregues à Prefeitura de Betim e doações de ambulâncias aos hospitais de campanha

Foram disponibilizados dois modelos Fiat Mobi e oito Fiat Argo em regime de comodato, para uso enquanto for necessária a movimentação de equipes e equipamentos destinados às ações de atendimento à população. Os veículos foram recebidos pelo prefeito de Betim, Vittorio Medioli, e pelo secretário municipal de Saúde, Guilherme Carvalho. Outra ação encabeçada pela FCA foi a doação de duas Ducatos adaptadas como ambulâncias aos hospitais de campanha instalados, com o apoio da FCA, nas cidades de Betim (MG) e Goiana (PE). Os veículos são para remoções simples e eletivas, voltadas prioritariamente ao transporte de pacientes que não apresentam risco de vida. As ambulâncias são equipadas com ar condicionado, revestimentos laterais, teto e piso em ABS (que permite rápida e fácil higienização), maca retrátil, banco do paramédico e do acompanhante com três postos, suportes para cilindro de oxigênio e soro plasma, armário superior, iluminação interna e janela na porta lateral e portas traseiras. Na parte externa, contam com sirene acústica, sinalizador em LED e sistema de ventilação.

Chef de cozinha Massimo Battaglini, que desenvolve o Projeto Marmitada.

Outras ações:

- 125 veículos disponibilizados, em regime de empréstimo por comodato, às autoridades mineiras e pernambucanas para dar apoio às diversas ações do poder público

- participação em fundo de doações para o Hospital Mater Dei Betim-Contagem para a disponibilização de quatro andares de internação na unidade Betim-Contagem, onde foi montada uma estrutura para assistência a pacientes que contraíram a COVID-19. O espaço conta com 242 leitos, sendo 180 de tratamento intensivo e 62 de internação.

- em Minas Gerais, a FCA doou 500 macacões e 2,5 mil pares de luvas para o Serviço Social Autônomo (Servas), que está coordenando a entrega de equipamentos de proteção individual aos profissionais de saúde do Estado. Além disso, disponibilizou 30 mil máscaras cirúrgicas descartáveis e 50 quilos de álcool em gel para a Secretária de Saúde do município de Belo Horizonte.

- em parceria com outras empresas que compõem o Parque de Fornecedores localizado no perímetro do Polo Automotivo Jeep, em Goiana, a FCA doou equipamentos de proteção individual para utilização pelos profissionais de saúde na linha de frente do combate à COVID-19 em Pernambuco. Também foram entregues ao SAMU, 615 macacões de segurança, 2,5 mil pares de luvas nitrílicas, 10 protetores faciais e uma autoclave com capacidade de 54 litros para esterilização de materiais. Também em Pernambuco, a FCA doou 30 mil máscaras cirúrgicas descartáveis e 50 quilos de álcool em gel para a Secretária de Saúde do Estado.

- juntamente com a Associação Nacional Pastoral do Povo da Rua e com o chef de cozinha Massimo Battaglini, que desenvolve o Projeto Marmitada, a FCA está apoiando ações emergenciais para os moradores de rua de Belo Horizonte e de Betim com a distribuição de refeições e kits de higiene. A montadora vai assegurar a produção de um total de 40.680 marmitas ao longo de 18 semanas, sendo 30.600 em Belo Horizonte e 10.080 em Betim. Também serão doadas 23 mil garrafas de água mineral, 3.300 kits de higiene e embalagens para distribuição. Serão disponibilizadas ao longo do período 17,9 toneladas de alimentos não perecíveis. A companhia também cedeu ao Projeto Marmitada, mediante comodato, dois veículos modelo Fiat Freemont a serem utilizados na distribuição das refeições na cidade de Belo Horizonte.

O Jeep Grand Cherokee reúne em sua categoria uma combinação perfeita de acabamento luxuoso, motor 3.0 turbodiesel com 240 cv e 56 kgfm, capacidade off-road lendária e muitos outros recusos de segurança e tecnologia.

Jeep®
MAKE HISTORY

Jeep Bank reforça seu posicionamento como aliado financeiro neste momento de grande desafio para a Rede

Desde o início da crise em virtude da pandemia do novo Coronavírus, o Jeep Bank, em conjunto com a FCA, vem trabalhando no desenvolvimento de soluções a fim de minimizar os impactos causados pela abrupta queda nas vendas. Com os executivos da ABRADIC e da FCA, o banco está participando do recém-criado Comitê de Crise, com reuniões semanais, acompanhando de perto os pleitos e demandas da Rede para criar mecanismos e soluções, visando atender as atuais demandas. “Como um banco de montadora conhecemos as necessidades dos Concessionários e, especialmente nesse momento, somos bastante sensíveis as suas prioridades e temos obrigação, dentro das nossas possibilidades, de encontrar meios para atendê-los”, afirma o Presidente do Jeep Bank, Gunnar Alejo Ramos Murillo.

Na análise do Executivo, o governo foi ágil nas tomadas de decisões com a criação de medidas para gerar liquidez no mercado, porém, a operacionalização da liberação desses recursos através dos agentes financeiros muitas vezes é um grande desafio, especialmente neste momento de crise, onde existe uma demanda concentrada por empréstimos. É o caso da linha de crédito emergencial que o BNDES lançou de R$55 bilhões, dos quais R$5 bilhões, especificamente, são destinados ao alívio de caixa para MPMEs. “As regras do BNDES fazem com que o enquadramento dessa linha de empréstimo para os nossos Concessionários seja parcial. Um exemplo disso é a limitação de faturamento anual que deve levar em consideração o Grupo, sendo que este não pode ultrapassar R$ 300 milhões.”

> “Como um banco de montadora conhecemos as necessidades dos Concessionários e, especialmente nesse momento, somos bastante sensíveis as suas prioridades.”
>
> Gunnar Alejo Ramos Murillo

O Jeep Bank, juntamente com a FCA, imediatamente deu suporte à Rede, já no início da crise em março, em diferentes frentes, tais como: prorrogação dos vencimentos dos carros em estoque que ocorreriam nos meses de março a abril, para mais 60 dias e sem a cobrança de juros. Outra importante medida para gerar liquidez foi alteração no “período de tesouraria”, com isso o Concessionário

teve o pagamento dos carros parcelados em 24 meses. “São importantes ações para que neste momento o Dealer tenha caixa. Estamos trabalhando atentos ao cenário atual para rapidamente dar respostas à Rede. Avaliamos o comportamento do mercado em virtude do distanciamento social, a estagnação na produção e consequentemente a abrupta queda no volume de vendas e adotamos uma postura de suporte a tudo isso. Um processo que vem sendo contínuo, com contatos diários, acompanhando a evolução e volatidade do mercado”, ressalta Gunnar.

O Executivo afirma que boa parte das solicitações feitas pela ABRADIC, por meio do Comitê de Crise, está sendo atendida pela FCA e pelo Banco. Outras como é o caso de liberação parcial do Fundão encontra-se em análise.

Campanha **inédita**

A Jeep com o apoio do Jeep Bank cirou uma inédita campanha que se estende até 5 de maio, em que a Jeep subsidiará até 8 das primeiras parcelas de quem comprar um Jeep Renegade ou Compass. O pacote de condições especiais se diferencia por não ser uma prorrogação do prazo ou quitação parcial das primeiras parcelas, mas uma parceria da Jeep com os clientes, evidenciando o “Espírito Jeep” de união para seguir em frente, incentivando para que a economia continue a avançar e para que os consumidores possam adquirir o seu Jeep. “Não existia um plano de financiamento que viabilizasse um período de carência tão grande. Com o início dos pagamentos das parcelas em 2021, os clientes sentem-se mais seguros em honrar com os seus compromissos, pois o pico da crise já terá passado. Estamos trabalhando nas demandas que chegam por meio da ABRADIC e, também, em ações para suportar a Rede quando chegar o momento da retomada dos negócios. Um importante trabalho está na captação de leads. Temos uma carteira importante do Next Jeep (programa de fidelidade da marca através da recompra) e juntamente com a Montadora nós temos que criar mecanismos para que os Dealers possam realizar um bom trabalho para quando esse consumidor voltar a comprar. Há muitas incertezas, o que sabemos apenas é que essa situação vai passar e é preciso que todos estejam preparados e o quanto antes”, recomenda Gunnar, ressaltando que embora estejam trabalhando remotamente, todos os canais de comunicação do banco continuam disponíveis, bem como, os times interno e de campo para suportar e atender as demandas da Rede.

93% dos clientes Next Jeep realizam as revisões nas concessionárias onde efetuaram a compra

NEXT JEEP

PROGRAMA DE RECOMPRA GARANTIDA

SERVIÇOS + RENTÁVEIS

+ FIDELIDADE NAS REVISÕES

SEMINOVOS + ATRAENTES

CLIENTES + SATISFEITOS

ENTRADA MAIS ACESSÍVEL PARA O CLIENTE
A PARTIR DE 30%

+ 35 PARCELAS REDUZIDAS

+ O JEEP DO CLIENTE COMO QUITAÇÃO E A ENTRADA DE UM JEEP NOVO

PROCURE SEU CONSULTOR JEEP BANK PARA ADERIR AO PROGRAMA E CONHECER OS BENEFÍCIOS!

Jeep é marca registrada da FCA US LLC.
No trânsito, dê sentido à vida.
IBAMA AUTORIZADO
JEEP.COM.BR
CAC 0800 7037 150
facebook.com/jeepdobrasil

Jeep Bank

Novas ferramentas para alcançar os clientes e investimentos mais consistentes na geração de leads estão entre as estratégias da Jeep

Com 200 Concessionárias em operação no Brasil, a Rede Jeep registrou no início de abril o funcionamento de oito delas - isso em relação a área de vendas, já que algumas oficinas mantiveram suas atividades, ainda assim o índice ficou abaixo do esperado, em virtude das determinações das prefeituras e governos locais mediante à pandemia do novo Coronavírus. Como reflexo da crise gerada, as vendas foram impactadas com uma queda de 30%. Para o mês de abril, a FCA estima atingir apenas 20% do que foi planejado em 2020.

Desde 15 de abril, a Rede passou a contar com 57 lojas abertas, ou seja, 26% das Concessionárias Jeep. “Acreditamos que daqui para frente essa situação melhore gradativamente, embora muito aquém de tudo que foi estimado. Para maio, a estimativa é atingir de 30% a 40% do que havia sido projetado. Em junho, a expectativa é de uma recuperação de mais ou menos 50%”, prevê a Diretora Comercial e Brand Jeep, Tânia Silvestri, explicando que essa análise tem como base o que vem acontecendo nos mercados chinês e europeu, que estão um pouco à frente do Brasil dentro do cenário . “Estamos desenvolvendo um trabalho muito detalhado do que vem acontecendo nos

> “O mundo não será como antes. Muito do que estamos aprendendo agora será útil para o futuro dos nossos negócios.”
>
> Tânia Silvestri

demais mercados para criar um paralelo com o Brasil. Isso nos leva a uma projeção para a indústria brasileira automotiva de 1 milhão e 800 mil a 2 milhões de veículos vendidos em 2020. Uma queda de 40% a 45% do número original. É com essa projeção que estamos trabalhando, sendo o segundo trimestre o pior, com queda de 60% a 70%, depois uma leve recuperação, embora muito inferior do que o projetado em função de todos os impactos econômicos", analisa.

Ferramentas **on-line e nova promoção**

Considerando a volatilidade do mercado, o fato de boa parte da Rede Jeep estar com as portas fechadas e uma queda abrupta nas vendas, a FCA agiu rapidamente, criando ferramentas para não perder qualquer possibilidade de vendas e assim, mesmo com todos os contratempos advindos deste novo cenário, a Jeep espera atingir o mesmo market share planejado, o que significa 4,9% na categoria SUV, com o desejo de até um pouco mais. Para tanto, a empresa criou algumas ferramentas, dentre elas, o Jeep On, uma solução para que a Rede capture os clientes através de ferramentas digitais, WhatsApp, telefone. "Trata-se de uma ferramenta para que as equipes de vendas da nossa Rede continuem trabalhando com os consumidores interessados em nossos produtos, porém de maneira remota", explica Tânia, acrescentando que a companhia também ampliou o investimento na geração de Leads. "Repassamos os prospects para as lojas da Rede que eles escolheram, com isso, o Concessionário tem o cliente para trabalhar a venda dentro de todas as etapas da ferramenta Jeep On."

Além disso, a marca Jeep decidiu ser mais agressiva sob o ponto de vista comercial, com promoção e incentivo pertinentes ao momento atual como a recém criada campanha em que a Jeep quita as oito primeiras prestações do carro e o cliente só começa a pagar em 2021. "Ao invés de incentivar a compra do usado como vínhamos fazendo, decidimos neste momento, em que o consumidor não tem confiança no mercado, está preocupado com o futuro e com dificuldades de ter créditos aprovados no sistema financeiro, criarmos uma promoção que incentiva a compra do carro zero com o início do pagamento para o ano que vem. Não estamos atrasando o início do pagamento. Se o cliente optou, por exemplo, por um financiamento de 36 meses, pagamos as oito parcelas e quando ele iniciar os pagamentos em 2021 terá 28 prestações. É uma forma de mostrar que a Jeep está com o consumidor neste momento, dando segurança para que ele possa trocar o seu carro ou comprar o primeiro. É uma ação inovadora e um suporte ao cliente. Uma campanha que está sendo muito bem recebida", destaca Tânia, lembrando ainda que a FCA, juntamente com o Jeep Bank está com várias ações para gerar liquidez na Rede e participa ativamente do Comitê de Crise para levantar as necessidades e oportunidades para suportar os Dealers neste período.

A Diretora Comercial e Brand Jeep aproveita a ocasião para expressar a sua opinião sobre este momento: "Tudo isso vai passar e acredito que podemos sair mais fortalecidos. O mundo não será como antes. Muito do que estamos aprendendo agora será útil para o futuro dos nossos negócios. A maneira como estamos interagindo com o cliente e o servindo e satisfazendo serão as novas formas como iremos atingi-lo no futuro. A Jeep vem se preparando para isso. Também gostaria de ressaltar a importância que as marcas e empresas têm de estar neste momento dando suporte à comunidade onde estão inseridas. A FCA está com um grande programa, tenho certeza que a Rede também está desenvolvendo importantes ações. Esse é o nosso papel, contribuir de fato com a sociedade, especialmente em momentos como este."

Tânia finaliza reafirmando que o momento é de cuidados, seguindo todas as recomendações das autoridades locais e do atual slogan da Jeep: "StayOffTheRoad". "Haverá o momento de estarmos novamente com os nossos Jeeps nas estradas."

Pandemia provoca mudanças na legislação brasileira

Em decorrência da pandemia do novo Coronavírus (COVID-19), a ABRADIC, em parceria com o escritório de advocacia Lopes da Silva & Associados (LSA), elaborou um consolidado de alterações da legislação brasileira nas áreas Trabalhista, Tributária e Cível/Comercial. Com o intuito de informar e esclarecer as principais mudanças, segue um resumo com enfoque direcionado ao suporte dos Concessionários.

A advogada Ana Lucia Vidigal Lopes da Silva, do escritório Lopes da Silva & Associados, fala sobre as novidades na área Cível/Comercial.

Cível/Comercial

De acordo com a advogada Ana Lucia Vidigal Lopes da Silva, as novidades na área Cível/Comercial são referentes à Medida Provisória 931, editada em 30/03/2020 e à Instrução Normativa 79, editada pelo Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração (DREI), publicada em 15/04/2020. "As duas normas juntas dispõem e regulamentam que as empresas constituídas como Sociedades Anônimas fechadas, como Sociedades Limitadas ou como Cooperativas podem realizar reuniões e assembleias à distância e de forma virtual. Para que isso ocorra, é necessário que sejam observados os prazos de convocação e Quórum de deliberação constante do estatuto ou contrato social, ou seja, aquilo que está previsto no estatuto se mantém. Na convocação para a reunião ou assembleia deve constar a forma como se dará o encontro, constar que é de forma virtual e como os acionistas, sócios ou associados poderão participar e votar. Também deve constar a listagem dos documentos exigidos. Tudo tem que sair no documento de convocação, inclusive o sistema eletrônico adotado e garantir a segurança e a transparência da reunião, que deve ser integralmente gravada e esse arquivo e todos os documentos apresentados devem ser mantidos em arquivos na empresa. As Sociedades Anônimas de capital aberto também podem realizar reuniões e assembleias à distância e de forma virtual, mas devem observar a regulamentação da CVM", explica Ana Lucia.

Para as Sociedades Anônimas, o prazo para realizar a Assembleia Geral Ordinária foi prorrogado em 3 meses, passando de 4 para 7 meses e os mandatos dos membros, que se encerrariam antes da realização da Assembleia, ficam prorrogados até a realização. Para as Sociedades Limitadas e Sociedades Cooperativas, além da prorrogação de 3 meses no prazo para a realização, e consequente prorrogação de mandatos até a realização, passa a ser permitido que os sócios participem e

votem à distância na Assembleia Geral Ordinária. Com relação às Juntas comerciais, com a restrição de seu funcionamento, fica suspensa a exigência de arquivamento prévio a partir de 01/03/2020 e as empresas terão o prazo de 30 dias, a partir do reestabelecimento regular dos serviços, para a apresentação dos atos/documentos assinados a partir de 16/02/2020, que terão efeitos desde a assinatura (retroagirão).

A Instrução Normativa 79 regulamenta a realização de reuniões e assembleias de sócios à distância, que passou a ser permitida pela MP 931. Abrange as regras para convocação dos sócios e membros, define como deve ser o sistema eletrônico e o boletim de votos, normas para a marcação de presença virtual e como se deve assinar, registrar e processar livros, atas e documentos relativos à reunião.

Tributária

No que se refere à área Tributária, o advogado Roberto Chikusa destaca a Medida Provisória 927, editada em 22/03/2020 que dispõe sobre as medidas trabalhistas para enfrentamento do estado de calamidade pública, mas traz também uma novidade no campo tributário: possibilita a suspensão do recolhimento do FGTS dos meses de março, abril e maio de 2020 e tais recolhimentos poderão ser parcelados em 6 vezes sem juros e multa.

"Diversas medidas foram adotadas pelo Governo Federal no âmbito tributário, com o objetivo de reduzir os impactos causados pela situação de emergência provocada pelo COVID-19. Foram prorrogados os recolhimentos dos tributos do Simples Nacional, Contribuição Previdenciária Patronal e FGTS, e determinada a redução em 50% (cinquenta por cento) das alíquotas das contribuições para o chamado "Sistema S". Destaco também as medidas que prorrogam e reduzem o recolhimento de tributos, em especial a prorrogação do recolhimento do PIS e a COFINS e a redução para 0% (zero por cento) do IOF incidente sobre operações de crédito", explica Chikusa.

Publicada Resolução CGSN 152, em 18 de março de 2020, que prorroga o prazo para pagamento dos tributos do Simples Nacional, os federais, das competências de março, abril e maio de 2020, por 6 meses. Os tributos Estaduais e municipais de

"Diversas medidas foram adotadas pelo Governo Federal no âmbito tributário, com o objetivo de reduzir os impactos causados pela situação de emergência provocada pelo COVID-19", Roberto Chikusa, advogado do escritório Lopes da Silva & Associados.

MEI, também ficam prorrogados por 6 meses, e para os demais optantes do Simples Nacional, a prorrogação é de 3 meses, conforme a Resolução CGSN 154, publicada em 03 de abril de 2020. Fica prorrogado para 30/06/2020, a entrega das declarações de 2019 (DEFIS e DASN-SIMEI), de acordo com a Resolução CGSN 153, publicada em 26 de março de 2020.

Publicada Portaria SRFB, 543/2020, que suspende até 29/05/2020, os prazos para práticas de atos processuais e procedimentos administrativos, da Receita Federal, tanto para pessoa física, quanto jurídica.

Portaria conjunta 555/2020, que dispõe sobre a prorrogação do prazo de validade das Certidões Negativas de Débitos relativos a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União (CND) e Certidões Positivas com Efeitos de Negativas de Débitos relativos a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União (CPEND)

Editada Medida Provisória 932, em 31/03/2020, que reduz em 50%, as alíquotas do "sistema S", como por exemplo SESC, SENAI, SESI etc. Decreto 10.305/2020, que reduz para zero, a alíquota do IOF incidente sobre as operações de crédito, no período de 3 de abril a 03 de julho de 2020. Instrução Normativa RFB nº 1.930, de 01

de abril de 2020, que prorroga para 30 de junho, o prazo para a entrega da declaração de ajuste anual do Imposto de Renda de pessoa física do exercício 2020, ano base 2019.

Instrução Normativa RFB nº 1.932, de 03 de abril de 2020, que prorroga o prazo: Da apresentação da Declaração de Débitos e Créditos Tributários Federais (DCTF), das competências abril, maio e junho/2020 para até o 15º. dia útil do mês de julho/2020. Da Escrituração Fiscal Digital da Contribuição para o PIS/Pasep, da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS) e da Contribuição Previdenciária sobre a Receita (EFD-Contribuições), das competências abril, maio e junho/2020 para até o 10º. dia útil do mês de julho/2020.

Portaria ME 139/2020, de 03 de abril de 2020, que prorroga o prazo para recolhimento das contribuições ao PIS/PASEP e da contribuição previdenciária patronal (INSS parte empresa), que nas competências março e abril de 2020, poderão ser pagas no vencimento das contribuições devidas nas competências julho e setembro de 2020, respectivamente.

Lei 13.988/2020, de 03 de abril de 2020, que é a conversão das MP 899/2019, que dispõe sobre a transação resolutiva de litígio relativo à cobrança de crédito da Fazenda Pública e traz ainda, a importante inovação de que em caso de empate, resolve-se o conflito favoravelmente ao contribuinte.

Trabalhista

Do ponto de vista trabalhista, temos os reflexos da Portaria 139/2020, recolhimento de INSS e MP 927 e 932, sobre recolhimento de FGTS, e sistema S, já citadas acima, mas as principais mudanças das relações de trabalho, vem nas seguintes MPs. Medida Provisória 927, em 31/03/2020, que dispõe sobre as medidas trabalhistas que poderão ser adotadas pelos empregadores para preservação do emprego e da renda durante a pandemia. As principais novidades são: o empregado e o empregador poderão celebrar acordo individual escrito, a fim de garantir a permanência do vínculo empregatício, que terá preponderância sobre os demais instrumentos normativos, legais e negociais, respeitados os limites estabelecidos na Constituição e as regras da própria MP 936 para acordo individuais; poderão ser adotadas pelos empregadores, dentre outras, medidas como o teletrabalho, a antecipação de férias individuais, a concessão de férias coletivas, o aproveitamento e a antecipação de feriados, o banco de horas, a suspensão de exigências administrativas em segurança e saúde no trabalho, o direcionamento do trabalhador para qualificação e o diferimento do recolhimento do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS.

Outra inovação importante para todos os empregadores é que durante o período de cento e oitenta dias, contado da data de entrada em vigor desta Medida Provisória, os Auditores Fiscais do Trabalho do Ministério da Economia atuarão de maneira orientadora, ou seja, sem a aplicação de multas, exceto quanto às seguintes irregularidades: falta de registro de empregado, a partir de denúncias, situações de grave e iminente risco ao empregado, ocorrência de acidente de trabalho fatal, trabalho em condições análogas às de escravo ou trabalho infantil. Medida Provisória 936, de 01/04/2020, que institui o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda e dispõe sobre medidas trabalhistas complementares para enfrentamento do estado de calamidade pública causado pela pandemia, que traz as seguintes medidas: pagamento de Benefício Emergencial de Preservação do Emprego e da Renda, disciplina a redução proporcional de jornada de trabalho e de salários, por até noventa dias; e a suspensão temporária do contrato de trabalho, por no máximo 60 dias. O Benefício Emergencial de Preservação do Emprego e da Renda será custeado com recursos da União, nas hipóteses de redução proporcional de jornada de trabalho e de salário e suspensão temporária do contrato de trabalho e o seu valor terá como base de cálculo o valor mensal do seguro-desemprego a que o empregado teria direito. Se houver mais de um contrato de trabalho regido pela CLT, poderá haver pagamento de mais de um benefício pelo Governo.

Para o advogado Sérgio Schwartsman, os pontos importantes da Medida Provisória 936 dizem

O advogado do escritório Lopes da Silva & Associados, Sérgio Schwartsman, destaca as questões trabalhistas.

respeito aos acordos entre empregadores e empregados. “Assinado o acordo, individual ou coletivo entre o empregador e o empregado, o empregador deve informar ao Ministério da Economia a redução da jornada de trabalho e de salário ou a suspensão temporária do contrato de trabalho, no prazo de 10 dias, contado da data da celebração do acordo. No mesmo prazo deve ser comunicado ao Sindicato. Se a comunicação ao Governo não for feita no prazo, o empregador ficará responsável pelo pagamento da remuneração total, até que a informação seja prestada. Todos os empregados, inclusive aqueles que tem jornada parcial e os Aprendizes, poderão fazer parte do Programa”, destaca.

A suspensão do Contrato de Trabalho poderá se dar por até 60 (sessenta) dias, que poderá ser fracionado em até 2 períodos de 30 (trinta) dias cada. Já a redução de jornada e salário poderá se dar por até 90 (noventa) dias. É possível a justaposição das duas figuras, assim, o empregador pode suspender o Contrato por 60 dias e depois reduzir salário e jornada por mais 30. Mas é importante destacar que o prazo total não pode passar de 90 dias. A redução da jornada não precisa, necessariamente, ser redução de horas do dia de trabalho, podendo ser redução de dias. As partes são livres para combinar a melhor forma de operacionalizar a redução da jornada. A empresa também não precisa adotar as mesmas regras para todos os empregados. Qualquer das medidas deve ser tomada de comum acordo e não deve ser imposta. O empregador deve comunicar o empregado com 48 horas de antecedência sua intenção de negociar.

Havendo a adoção da redução de salário e jornada ou suspensão do Contrato, os empregados nessas condições terão garantia no emprego durante o período e após seu término pelo mesmo período de sua duração. Assim, se a redução durar 60 dias, os empregados não poderão ser dispensados durante esses 60 dias e por mais 60 dias após o fim da redução.

No caso de Suspensão do Contrato o empregador deve manter benefícios concedidos (por exemplo, vale refeição e plano de saúde). Para as empresas com Receita Bruta, em 2019, de até R$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais), poderá (facultativamente) pagar ajuda ao empregado, a ser livremente pactuada entre as partes, a qual tem natureza indenizatória e não integra o salário para nenhum efeito, não havendo recolhimento de INSS, FGTS e Imposto de Renda. Para as empresas com Receita Bruta, em 2019, de mais R$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais), haverá, obrigatoriamente o pagamento de ajuda ao empregado, de 30% do valor de seu salário, a qual também tem natureza indenizatória e não integra o salário para nenhum efeito, não havendo recolhimento de INSS, FGTS e Imposto de Renda.

Como última atualização, Sérgio Schwartsman informa que após a edição da Medida Provisória nº 936/2020, o Rede Solidariedade apresentou Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) junto ao Supremo Tribunal Federa (nº 6363), mas no último dia 17 de abril de 2020, foi indeferida a Medida Cautelar solicitada, de modo que estão mantidas todas as regras originalmente estabelecidas pela MP nº 936/2020, sendo válidos os Acordo Individuais celebrados nas hipóteses autorizadas pela MP, não havendo necessidade de confirmação por parte do Sindicato para validade desses Acordos Individuais.

No site da ABRADIC poderão ser consultados, na íntegra, os textos sobre as alterações da legislação brasileira nas áreas Trabalhista, Tributária e Cível/Comercial.

ESPECIAL COVID-19

COVID-19 traz impactos no setor de Distribuição Automotiva

A indústria automotiva vinha se recuperando de anos difíceis de uma crise econômica, agora enfrenta a pandemia do novo Coronavírus. A COVID-19 não poupou quase nenhum setor da economia e com o setor de distribuição de automóveis não seria diferente.

Diante das medidas de isolamento para evitar a propagação da COVID-19, o economista Francisco Mendes, especializado no setor de distribuição de veículos, faz uma análise de mercado das projeções para 2020, 2021 e 2022 no setor de automóveis e comerciais leves.

Francisco Mendes. Consultor especializado no setor de Distribuição de Veículos desde 1987.

PROJEÇÕES **2020 / 2021 / 2022**

Francisco Mendes lembra que São Paulo, além de concentrar grande parte da produção automotiva, possui a indústria de autopeças e afirma diante da pandemia: “Nós temos um impacto importante na projeção do PIB, que na nossa estimativa anterior estava situada na casa de -1% e agora as projeções já apontam para uma queda muito mais forte, algo em torno de 2,5%”.

A queda nos licenciamentos de automóveis comerciais leves não é totalmente desconhecida. No segundo semestre de 2012, houve o primeiro momento de retração devido ao desemprego acelerado, inadimplência alta e os juros em ascensão em uma tentativa de controle dos problemas de administração pública. Com a mudança de governo, houve uma lenta recuperação do emprego e uma alta significativa no emplacamento de veículos novos, com recuo na inadimplência e, evidentemente, os juros em queda, chegando ao menor patamar da história.

De acordo com a análise de Mendes, agora seria um processo de aceleração gradual fazendo com que no final de 2021 pelo meio de 2022, o mercado automotivo voltasse para um patamar acelerado na indústria, porém, é preciso olhar para a realidade em 2020. “Nós iniciamos o ano de janeiro e fevereiro com uma retração um pouco mais forte do que esperada no mês de janeiro, mas, que ainda assim, quando a gente olha para a sequência, é um processo sazonal”.

Diante da paralisação por conta do processo pandêmico, Mendes conclui: “Nós temos uma retração em março e uma expectativa tendendo a zero dos emplacamentos de veículos no mês de abril, não só por conta do processo de paralisação, mas nós estamos com fábricas paradas, os consumidores estão longe dos nossos showrooms”.

Diante da quarentena, é notável que a tecnologia abre cada vez mais segmentos, porém, o on-line sempre foi muito pouco explorado no setor de vendas automotivas, apesar das vendas estarem

estagnadas, é um momento importante e necessário de avaliar. Mendes diz que é muito difícil fazer a venda on-line, apesar de muitas pessoas tentarem e completa: "De fato, nem no Brasil, nem em qualquer outro mercado de grande volume, um veículo novo é efetivamente comercializado 100% on-line. Importante é compreender a necessidade da presença digital e aprender a explorar os diferentes canais. O que se apresenta é um cenário onde a conexão Concessionárias/consumidores tende a ser cada vez mais multicanal".

CENÁRIOS **PRIMÁRIOS**

Na nova realidade em decorrência da COVID-19 e a queda das atividades da indústria automotiva, o economista e especialista no setor de distribuição de veículos, Francisco Mendes, traça cenários primários para entender o que pode acontecer. "A principal tendência que nós temos, é um comportamento de recuperação um pouco diferente daquilo que nós vimos no período 2012 a 2016, que é uma retratação contínua e mais dentro de um patamar, vamos dizer mais ou menos civilizado".

Ele explica que houve uma curva de aceleração como se fosse um "U" e bem aberto, que era o esperado, porém, tecnicamente, seria chamada de aceleração em "V".

Então, no primeiro cenário, foi feito um crescimento gradual onde a perda vai diminuindo em relação aquilo que se esperava. Apesar de os primeiros meses em patamares bastante baixos, ou seja, 100 mil, 150 mil veículos por mês, subindo um pouco e se mantendo em 2021 abaixo da curva do que seria a aceleração normal e, retomando a aceleração somente em 2022. "Isso projeta para 2020 um volume abaixo de 2 milhões de unidades, 1.9, o que representaria uma queda com relação a 2019 de 28%. É bastante significativo, mas ainda assim repito, é uma recuperação relativamente rápida comparada ao processo que nós tivemos em 2012/2016 com crescimento lento 2017, 2018 e 2019", concluiu Mendes.

No segundo cenário, Mendes apresenta uma aceleração um pouco mais profunda, uma queda de 38% no primeiro ano e uma retomada um pouco mais lenta dentro desse processo. Se no primeiro cenário há uma expectativa de retomar a curva de aceleração em 21 meses, nesse segundo cenário, a retomada seria em 33 meses.

O economista esclarece que é importante olhar para as projeções médias, a partir de 2019, o que teria em 2020 é uma retração da ordem de 33% e um crescimento em relação a 2020/2021 de 40%, mas ficando ainda abaixo do patamar de 2019. Em 2022, o crescimento é de 12% sobre 2021, ganhando efetivamente alguma coisa com relação a 2019. Mendes é categórico ao afirmar que "É uma aceleração mais rápida em um cenário interessante, mas o grande problema, é essa passagem para 2021. Novamente, nós temos que construir uma ponte e vai ter que ter um trabalho muito grande de integração entre as associações de marca e as montadoras. Se não houver esse entendimento, nós podemos ter problemas bastante sérios".

Perguntado sobre quais os trabalhos essenciais de grande integração entre as associações da marca e as montadoras, Mendes completou: "Assim como as Concessionárias têm nas montadoras seu canal de fornecimento, as montadoras têm a dependência das suas Redes para o escoamento de sua produção. Adequar a programação de produção, em ritmo e volume compatível com a recuperação de mercado será ponto essencial para a preservação de margens e capital de giro".

O QUE PODE **APROFUNDAR A CRISE**

Mendes ainda projetou um terceiro cenário, que seria de aprofundamento da crise com o alongamento ainda maior das curvas de recuperação. O primeiro ponto está relacionado ao sistema financeiro. Embora o Governo tenha apresentado uma série de medidas reduzindo, por exemplo, compulsório, facilitando algumas operações, permitindo que os bancos não lancem nos seus balanços processos derivados de repactuação; o consultor afirma que isso pode não acontecer.

Dessa forma, se os bancos não repactuarem vencimentos, principalmente, com pessoas jurídicas, vai ocorrer uma explosão de inadimplência. Mendes afirmou que isso criaria um problema sério no mercado financeiro e concluiu "Isso levaria ao recrudescimento na concessão de crédito e toda a sequência de terror econômico que pode advir disso".

Outra questão importante que Mendes apresentou é do emprego.

ESPECIAL
COVID-19

Se as empresas não conseguirem segurar a força de trabalho e ocorrer uma demissão em massa, o problema será bastante grande pela frente.

Em um cenário ideal, sua projeção diz que na venda de automóveis comerciais leves, emprego e renda são essenciais. Se não existe uma condição que dê uma segurança para concessão de crédito, ele não acontece. Com perda de renda e capacidade de pagamento, a consequência será a inadimplência. “Inadimplência se acelera muito rapidamente e provoca uma crise muito grande. Num cenário como esse, não precisa nem projetar nenhuma curva, né? Mas, nós teríamos com certeza uma expectativa de três anos de retração econômica e toda a sua consequência para o nosso setor”, finalizou Mendes, que deixa a seguinte mensagem ao mercado: “É fundamental trabalhar em conjunto, evitando a confrontação. Interesses de cada parte serão divergentes, mas as soluções devem ser convergentes”.

Francisco Mendes é Consultor especializado no setor de Distribuição de Veículos desde 1987. Economista com especialização em Finanças e Controladoria, professor universitário em cursos de graduação, pós-graduação e de especialização no setor automotivo; também palestrante em diferentes edições do Congresso FENABRAVE.

MOPAR Service Center e MOPAR Tool, novos sistemas de ferramentas e suporte para a Rede

Desde o dia 10 de dezembro de 2019, a Rede de Concessionárias CJDR passou a contar com o MOPAR Service Center, que traz um novo sistema para consultas de informações técnicas complementares às já disponíveis no TechConnect para os veículos da marca Jeep.

O MOPAR Service Center conta com tecnologia que o torna interativo e intuitivo, permitindo melhor navegabilidade, podendo ser acessado por computador, smartphone ou tablet.

Através do novo sistema é possível realizar downloads de arquivos para atualização de software de rádios e formulários de planos de manutenção, dicionário técnico, informações de reparação e diagnósticos, além de permitir acesso às informações sobre acessórios e boletins técnicos.

Também é possível acessar o novo sistema de controle de ferramentas, o MOPAR Tools, que possibilita o gerenciamento e organização da ferramentaria da Concessionária, como a geração de relatórios de informações sobre as ferramentas e equipamentos que o Dealer possui. Desde o seu lançamento, em 15 de janeiro de 2020, as Concessionárias podem realizar o cadastro, que deve ser finalizado até o final de junho de 2020 para que as informações inseridas sejam validadas pela FCA.

Através dos QR Codes abaixo é possível acessar o Guia Rápido, o vídeo de acesso e as Funcionalidades do Mopar Service Center.

Guia Rápido

Liberações e Acesso (vídeo)

Funcionalidades (vídeo)

Através dos QR Codes abaixo é possível acessar o Guia Rápido e o video relacionado ao Mopar Tools.

Guia Rápido

Funcionalidades (vídeo)

ABRADIC Press

Em março 2020, Jeep teve recuo de 5,59 pontos percentuais na participação de mercado

O mês de março, quando o novo Coronavírus foi definido pela OMS como pandemia e no Brasil começaram as medidas de distanciamento social, o mercado de automóveis e comerciais leves já sentiu os primeiros reflexos deste novo cenário e fechou o mês com 155.810 emplacamentos, uma queda de 19,11% em relação a fevereiro/20, que registrou 192.627 unidades. Quando comparado com março de 2019, que teve 199.516 emplacamentos, há um recuo de 21,91%.

Em relação à média diária de março/20, que contabilizou 22 dias úteis, foram 7.082 uds/dia, uma queda de 30,15%, ante a média de 10.139 uds/dia de fevereiro/20 com 19 dias úteis.

O segmento **SUV**

Quando somados os dois segmentos competitivos (SUVB e SUVC) da categoria e levando em consideração apenas o mês de março/20 foi registrado um crescimento de 0,40 ponto percentual em relação a fevereiro/20. Enquanto o SUVB teve crescimento de 1,07 p.p., o segmento SUVC teve uma queda de 0,66 p.p.

No acumulado de janeiro a março/20, o segmento SUVB cresceu 1,97%, mas quando a comparação é entre os meses de fevereiro/20 e março/20 a categoria caiu 13,46%. O SUVC no acumulado de janeiro a março/20 teve um recuo de 7,82% e na comparação entre os meses de fevereiro/20 e março/20 registrou uma queda ainda maior, de 29,34%.

Renegade

De janeiro até março de 2020, o Renegade teve 14.170 unidades emplacadas, enquanto no mesmo período de 2019 foram 15.668 unidades. O modelo teve uma queda de 9,56%, registrando uma baixa de 2,26 p.p. de market share.

Fazendo um comparativo entre os meses de fevereiro e março de 2020, o Renegade teve em fevereiro 5.354 unidades emplacadas versus 4.492 unidades em março, uma queda no volume de vendas de 16,10%, resultando em um market share negativo de 0,55%.

Com relação às Vendas Diretas (VD), o Renegade, em 2020, teve de janeiro a março, 9.191 unidades emplacadas, o que representou 64,8% de participação sobre o total da categoria. Em 2019, neste mesmo período foram 11.364 unidades, ou seja, 72,5%. Para o mercado PCD, em 2020 foram 4.337 unidades versus 5.653 unidades em 2019. No comparativo dos meses de fevereiro e março de 2020, as Vendas Diretas do Renegade registraram 3.507 unidades (65,50%) em fevereiro e 3.337 (74,28%) unidades em março. No mercado PCD, em fevereiro foram 1.801 unidades e 1.350 unidades em março.

No segmento competitivo SUVB, o Renegade ocupou a 1ª posição, enquanto no ranking de emplacamentos da indústria de automóveis, do mês de março, saltou da 10ª para 7ª posição.

Compass

De janeiro até março de 2020, o Compass teve 12.055 unidades emplacadas, enquanto no mesmo período de 2019 foram 12.953 unidades. O modelo teve uma queda de 6,93%, registrando crescimento de 0,53 p.p.de market share.

Fazendo um comparativo entre os meses de fevereiro e março de 2020, o Compass teve em fevereiro 4.684 unidades emplacadas versus 3.059 unidades em março, uma queda no volume de 34,69%, resultando em um market share negativo de 4,35%

Com relação às Vendas Diretas (VD), o Compass em 2020 teve de janeiro a março. 9.028 unidades emplacadas, o que significou 74,89% de participação sobre o total da categoria. Em 2019, neste mesmo período foram 8.116 unidades, 62,65%. No comparativo dos meses de fevereiro e março de 2020, as Vendas Diretas do Compass registraram 3.524 unidades em fevereiro (75,24%) e 2.343 unidades (76,59%) em março.

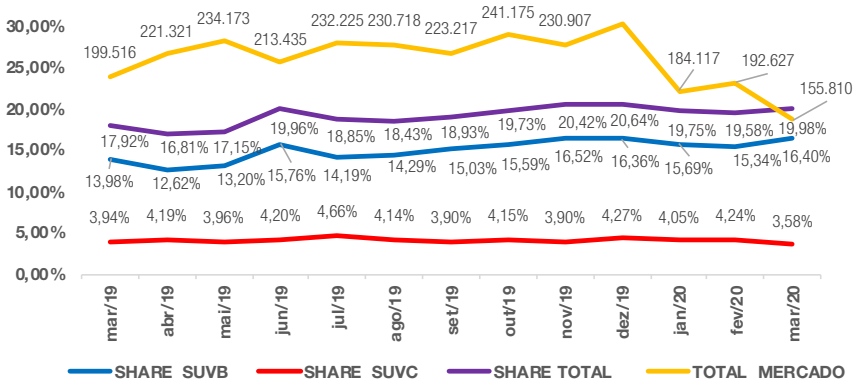
No segmento competitivo SUVC o Compass ficou em 1º lugar, enquanto no ranking de emplacamentos da indústria de automóveis, do mês de março, em 17º lugar, cinco posições abaixo em relação ao mês anterior.

Desempenho **Jeep**

Somado os seus dois segmentos competitivos, Renegade e Compass, a marca Jeep fechou março de 2020 com 24,10% de participação do mercado. No mesmo período de 2019, a marca apresentava 29,69% de market share, ou seja, um recuo neste ano de 5,59 pontos percentuais.

No mercado brasileiro, o emplacamento da marca Jeep de janeiro a março de 2020 acumula 4,94% de participação.

Evolução de Mercado Total e SUV



ABRADIC Press é uma publicação da Associação Brasileira dos Distribuidores Chrysler, Jeep, Dodge e RAM • Endereço: Rua Arandu, 57 - 10º andar • Diretoria: Paulo Toniolo Júnior - Presidente; Riguel Chieppe - Vice-Presidente; Diretores: Alessandro Portela Maia, Eduardo Meneghetti, Luiz Gonzaga Teixeira Carvalho Sobrinho, Roberto Figueiredo; Philip Derderian - Diretor Executivo; • Edição Digital • Abril/2020 • Projeto Editorial e Produção Geral : Meraki Comunicação • Textos: Ana Lucia V. L. da Silva, Alexandre Pollara, Francisco Mendes, Lia Freire, Renata Mendes, Roberto Chikusa e Sérgio Schwartsman • Projeto Gráfico: BraiNforRent • Diagramação: Ronald C. Trapino • Fotos: Divulgação ABRADIC, FCA, Rede de Concessionárias CJDR • ww.abradic.org.br