




FESTA MUNDIAL

Executivos da Ford mundial participam da convenção de lançamento do **Novo Fiesta 2011** e confirmam a importância do Brasil para a marca

 **A presença de executivos da Ford** mundial na convenção de lançamento do Novo Fiesta 2011, realizada em abril, em São Paulo (SP), mostra o papel que a subsidiária brasileira conquistou para o desenvolvimento da marca em todo o planeta. Mais de 750 pessoas, incluindo Distribuidores, fornecedores, frotistas e parceiros, assistiram à apresentação de Alan Mulally, presidente e CEO da Ford Motor Company; Mark Fields, presidente da Ford das Américas; e Jim Farley, vice-presidente de Marketing Global para o Canadá, México e América do Sul.

“Esta é uma das noites mais especiais que tive na Ford. Nossa meta é atender às expectativas da Rede e oferecer uma família completa de produtos. Agora, temos foco no oval azul e podemos garantir que todo novo veículo Ford será melhor em qualidade, preço...”, disse Alan Mulally. O depoimento emocionado refletiu-se na fala de Mark Fields: “Vamos oferecer excelentes produtos em design e qualidade, não só na América do Norte, mas no mundo inteiro. O gosto do consumidor, de diferentes países, está ficando muito parecido”. Entretanto, apenas o desenvolvimento de novos veículos não é suficiente para o crescimento do negócio, de acordo com Jim Farley. “Precisamos explicar como os produtos são e tratar muito bem nossos clientes. Os Distribuidores devem se comprometer, investir no negócio e aproveitar a oportunidade que os lançamentos oferecem para crescer”, concluiu.

Marcos de Oliveira, presidente da Ford Brasil e Mercosul, lembrou que a operação brasileira já é a terceira em volume de vendas da empresa. “A marca tem passado por transformação nos últimos três anos, graças ao compromisso e ao trabalho dos Distribuidores aqui no Brasil. Temos um plano de negócio fantástico; podem confiar e apostar que a marca será ainda mais vibrante no futuro próximo.”

Representando a Rede de Distribuidores, subiu ao palco o pre-



▲ Alan Mulally: “Nossa meta é atender às expectativas da Rede”

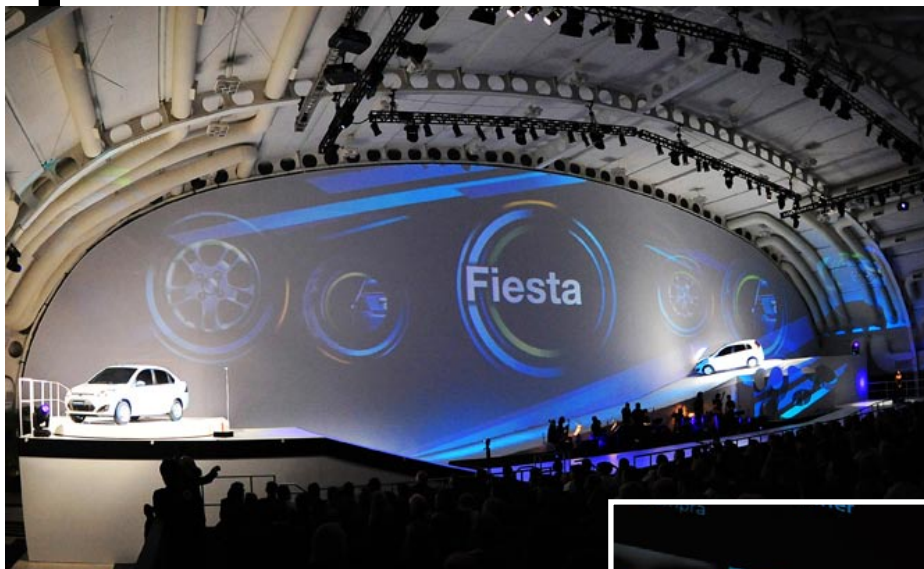
◀ Mark Fields: “Vamos oferecer excelentes produtos em design e qualidade”



sidente da ABRADIF, Sergio Zardo, que destacou a importância do Novo Fiesta 2011 para manter o fluxo de clientes nas lojas. “Com o fim da redução da alíquota do IPI, o fluxo deve ser menor em abril e maio, mas o lançamento pode atrair mais clientes e assim termos perspectivas de vendas melhores nesses dois meses”, disse, convicto de que o posicionamento

de preço, a qualidade do produto e o pós-venda são primordiais para o sucesso do Novo Fiesta 2011.

Trata-se do veículo que simboliza a virada da Ford no Brasil e é o mais vendido da marca, com 107% de crescimento no volume de vendas desde 2003 (mais de 660 mil unidades comercializadas no mercado nacional). “O Fiesta é essencial para o sucesso da marca”, ressaltou Lucíola Almeida, gerente de Marketing do Produto. O car- ▶



▲ A convenção do Novo Fiesta reuniu mais de 750 pessoas

Sergio Zardo: “Com o fim da redução do IPI, o lançamento pode melhorar o fluxo de clientes nas lojas” ▶

ro tem a aprovação do consumidor: 64% dos clientes estão satisfeitos com o Fiesta Hatch e 63% com o Fiesta Sedan – a média do segmento é de 56% e 59%, respectivamente. “É o resultado do trabalho dos Distribuidores”, sugeriu.

“Quem trata o cliente de forma especial está no caminho certo para aumentar o lucro, a receita e a rentabilidade”, disse Jorge Chear, diretor de Vendas e Marketing da Ford, referindo-se aos 26 gerentes de Distribuidores premiados pelo Clube dos Vendedores – eles atingiram mais de 12% de participação de mercado. Na opinião do diretor, 2010 será um ano espetacular para o negócio. “Vamos lançar vários produtos e temos planos alternativos para enfrentar as oscilações do mercado. Estamos motivados para superar o desafio de vender 400 mil unidades neste ano, subindo para o segundo lugar em vendas da Ford no mundo.”

Antonio Baltar, gerente nacional de Marketing da montadora, reforçou que a Rede de Distribuidores é um dos principais canais de comunicação da marca, pois tem contato direto com o cliente. “São 517 pontos de vendas de carros e caminhões, que podem passar a nossa mensagem para 500 mil pessoas todos os meses. Se esses consumidores contarem para mais quatro, chegaremos a 2 milhões de pessoas por mês e 24 milhões por ano.



Isso representa seis meses de publicidade nos intervalos do Jornal Nacional ou dois anos na revista Veja”. Para ele, a Rede deve ajudar na divulgação dos quatro pilares da marca Ford, a saber: criatividade, qualidade, sustentabilidade e segurança.

NOVO FIESTA 2011

O lançamento foi apresentado para a Rede de Distribuidores na Convenção Brasil Design Fiesta, realizada nos dias 6 e 7 de abril. O visual do modelo 2011 foi criado no estúdio da Ford, em Camaçari (BA), que reestilizou a frente do Fiesta, diferenciada pela grade frontal em formato trapezoidal e faróis arrojados. Pesquisas com clientes foram essenciais para identificar o que poderia ser aprimorado no veículo e aumentar a satisfação do consumidor. Os modelos Hatch e Sedan oferecem melhor dirigibilidade, trazem novos elementos de conforto interno e ampliam a relação custo-benefício, desde o preço de compra e conteúdo de equipamentos até os valores de manutenção e seguro.

A linha 2011 do Novo Fiesta é a única do segmento que vem equipada de série com travas elétricas, controle remoto com abertura das portas, porta-malas e botão localizador, além de alarme, travamento automático das portas a 15km/h e botão de

abertura elétrica do porta-malas no painel.

As equipes de engenharia e design de Camaçari iniciaram o projeto do Novo Fiesta em outubro de 2007, com foco na melhoria da qualidade do produto e nos atributos mais valorizados pelos clientes (design, prazer de dirigir, conforto e espaço interno). Ao todo, foram 4.600 horas de simulações em computador e mais de 500 testes de componentes e sistemas veiculares realizados em laboratórios, campos de provas e fornecedores. A aerodinâmica foi desenvolvida em túnel de vento nos Estados Unidos. Rigorosos testes de durabilidade veicular acelerada garantem a integridade e a eficiência do veículo para uma rodagem equivalente a 240.000 km, ou 10 anos de uso normal. ■

EXPEDIENTE

>> **Atual ABRADIF** é uma publicação mensal dirigida aos associados da Associação Brasileira dos Distribuidores Ford Autos e Caminhões. Avenida Indianópolis, 529 - São Paulo - SP Cep: 04063-900 - Tel.: (11) 5088-7788 www.abradif.com.br

Conselho Editorial: Sergio Zardo e Vera Lúcia de Siqueira M. dos Reis
Redação e Edição: Célia Domingues (Mtb 21.598)
Arte: Biah Schmidt

O depoimento dos entrevistados e os artigos assinados não exprimem necessariamente a opinião da Associação.

PÓS-GRADUAÇÃO EM FORD

Turma exclusiva da Rede de Distribuidores finaliza curso de especialização, que integra o programa **Jovem Liderança Ford**, oferecido pela ABRADIF



Erika Façanha, de 30 anos, é sucessora do Distribuidor Novo Norte, de Sobral (CE). Desde outubro de 2008, uma vez por mês, ela deixava o trabalho e duas filhas pequenas, para viajar para São Paulo (SP). Gastava praticamente um dia inteiro para chegar ao destino e outro para voltar, pois o trajeto entre as duas cidades inclui cinco horas de avião e mais três horas de carro. No total, ela ficava cinco dias ausente de casa e da empresa para participar do curso de Especialização/Pós-Graduação do Inspere-Ibmec, que faz parte do Programa Jovem Liderança Ford, oferecido pela ABRADIF. O Inspere-Ibmec São Paulo está entre as 30 melhores escolas do mundo no ranking do Financial Times de Educação Executiva – Programas Customizados 2009.

Os trabalhos de conclusão foram apresentados nos dias 19 e 20 de abril, na capital paulista, para uma banca formada por três professores da instituição, além de representantes da Ford Brasil (Leonisio Alcântara, gerente da Rede de Distribuição) e da ABRADIF (Sergio Zardo, presidente; José Alberto Gisondi, vice-presidente; e Gilmar Moretti, coordenador da Comissão Técnica de Treinamento).

Outros sucessores e executivos da Rede, de diferentes regiões do País, também enfrentaram dificuldades, como Erika, para fazer a pós-graduação, que tinha 33 alunos na turma exclusiva da ABRADIF. O curso desenvolve a competência de gestão e aprofunda o conhecimento sobre as práticas do Distribuidor Ford.

“Valeu a pena todo o sacrifício”, garante Erika Façanha, que trabalha no segmento de distribuição de veículos há 11 anos. “A primeira vantagem é que essa pós-graduação trata especificamente do negócio Ford, ou seja, todos falavam a mesma língua, dos mesmos problemas, soluções... Trocávamos figurinhas

▲ A primeira turma do curso de pós-graduação do Inspere-Ibmec para sucessores e executivos da Rede Ford



▲ Erika Façanha, do Ceará, viajava cinco horas de avião e mais três de carro para assistir às aulas no Ibmec

sobre o dia a dia da operação, quando tínhamos de fazer trabalhos em conjunto e também durante os intervalos das aulas”, recorda.

Para defender sua tese, Erika Façanha trabalhou desde julho de 2009 na elaboração de um guia prático de gestão de concessionária para a área de Recursos Humanos. O documento tem 245 páginas e descreve os procedimentos que a empresa deveria seguir. Tudo foi aplicado no Distribuidor Novo Norte e os resultados foram apresentados para a banca do Inspere-Ibmec. “Meu pai gostou muito do trabalho de conclusão do curso. Conseguimos amenizar nossa dificuldade de reter os talentos e diminuímos bastante o turnover, porque descobrimos que os funcionários desconheciam os objetivos da empresa. Eles não sabiam onde queríamos chegar, e por isso ficavam desmotivados.”

FOTOS: J.R. Studios



▲ Os irmãos Fábio e Angélica Perin escreveram uma tese sobre rotatividade de vendedores

Trabalhando há pouco tempo na empresa da família, Fancar Veículos Automotores, de Umuarama (PR), a sucessora Angélica Prestes Perin, de 27 anos, adorou o curso do Ibmecc. “Sou formada em Psicologia, mas decidi trabalhar no Distribuidor e estou muito feliz lá. Não tinha, porém, base em administração de empresas. A pós-graduação foi de extrema valia, porque aprendi muito sobre o negócio Ford e já pude aplicar os ensinamentos”, diz. Ela escreveu uma tese sobre a rotatividade de vendedores na Fancar, em conjunto com seu irmão, Fábio Eduardo, que é ges-

tor da empresa e também foi aluno do curso. “Detectamos as causas do turnover na área de Vendas de uma forma científica. Agora, vamos elaborar um plano de ação que será implementado, gradativamente, na matriz e nas duas filiais”, conclui.

Ao final das apresentações dos trabalhos, a ABRADIF organizou, no dia 20 de abril, um jantar de confraternização para alunos e professores. As diretorias da montadora e da Associação participaram do evento. Marcos de Oliveira, presidente da Ford Brasil e Mercosul, ressaltou que o investimento no desenvolvimento profissional é fundamental para a gestão do Distribuidor, trazendo resultados nos curto e longo prazos. “É uma visão estratégica da ABRADIF de formar os gestores, oferecendo as ferramentas necessárias para tocar o negócio. A Ford apoia essa iniciativa; é nosso papel colaborar para a formação dos sucessores.” Na opinião do presidente, esse curso de pós-graduação ganha ainda mais importância no cenário atual: “No mercado crescente e com muita concorrência, os melhores resultados ficarão para quem estiver melhor preparado para superar os desafios”. ■

PALAVRA DO PRESIDENTE

O FUTURO DA REDE

ABRADIF sente-se honrada de participar da formação dos jovens que irão comandar a Rede Ford. Sabemos que o conhecimento fará a diferença entre o sucesso e o fracasso, principalmente no mercado automotivo, cada vez mais competitivo. Não é mais possível entrar no jogo sem o preparo necessário para, pelo menos, tentar a vitória – lembrem-se, os jogadores das outras bandeiras, que não são poucos, também estão se aprimorando e querem, ansiosamente, ganhar a preferência do consumidor.

A primeira turma do curso de pós-graduação do Insuper-Ibmecc de São Paulo, oferecido pela ABRADIF, revelou a determinação de muitos jovens sucessores que desejam aprender mais sobre o negócio Ford para

prosperar a empresa da família. Durante 18 meses, eles colocaram o estudo em primeiro plano, o que não é fácil quando se tem 20 e poucos anos.

Geralmente, o jovem tem dificuldade para vislumbrar o que o conhecimento representará no seu futuro. Hoje, aquele estudo que obtive no passado, quando estava começando minha carreira profissional, faz toda a diferença, me ajuda muito na tomada de decisão.

Por mais sacrificante que tenha sido para se deslocarem de suas cidades, mudarem a rotina na empresa e pessoal, esses jovens serão beneficiados, agora e no futuro, por tudo que aprenderam em sala de aula. Não só com os professores especialistas em gestão, mas também com os colegas que vivem desafios semelhantes no trabalho.

Cabe a nós, pais, titulares, gestores das empresas, que temos mais experiência de



Cabe a nós, pais, titulares, gestores das empresas, que temos mais experiência de vida, incentivar nossos jovens a estudarem sempre



FOTO: Izilda França

▲ **Sergio Zardo** é presidente do Conselho de Associados da ABRADIF

vida, incentivar nossos jovens a estudarem sempre. E quando eles esmorecerem, devemos ressaltar a importância do conhecimento para a gestão bem-sucedida. É nossa obrigação – incluindo Distribuidores, ABRADIF e montadora - formar as próximas gerações de líderes e garantir o futuro da Rede Ford. ■

ENCONTRO DE DISTRIBUIDORES

Ford premia os melhores da Rede de caminhões e apresenta os planos para a **nova Transit Chassi**

Oswaldo Jardim, diretor de Operações de Caminhões da Ford América do Sul, sempre ressalta, publicamente, a importância da Rede de Distribuidores para o negócio de caminhões. E não foi diferente no Encontro Nacional Ford Caminhões, que reuniu os titulares dos 127 Distribuidores exclusivos de caminhões, no dia 19 de abril, em São Paulo (SP). Segundo o executivo, a Rede é um dos pilares do crescimento da Ford Caminhões, que planeja investimentos importantes para toda a linha nos próximos anos. A opinião é compartilhada pelo vice-presidente de Caminhões da ABRADIF, Paulo Matias: “O mercado será ainda mais competitivo, com a chegada de novos players, por isso a parceria entre a Rede e a montadora, além de novos produtos, é tão importante para enfrentarmos a concorrência”.

Durante o evento, a Ford fez a entrega do prêmio PE\$O (Programa de Excelência e Suporte Operacional) para os melhores Distribuidores de caminhões do segundo semestre de 2009, em qualidade das instalações, operações de serviços, peças e vendas, e satisfação dos clientes. “O pós-venda é fundamental no negócio de caminhões. Nosso objetivo é que todos conquistem, dentro do programa PE\$O, os padrões Ouro e Diamante (existem mais duas categorias, Bronze e Prata)”, afirmou Oswaldo Jardim. Os vencedores recebem incentivos financeiros da montadora. Em 2009, o programa distribuiu R\$ 20 milhões e deve chegar a R\$ 22 milhões, em 2010.

Os Distribuidores de caminhões premiados na categoria Diamante são os seguintes: Forpasso, de Passo Fundo (RS); Divepe, de Recife (PE); Konrad Sul, de Sapucaia do Sul (RS); e Ortovel, de Ribeirão Preto (SP). Na categoria Ouro, mais 19 Distribuidores conquistaram o prêmio PE\$O: Konrad Caxias, de Caxias do Sul (RS); Someval, de Tubarão (SC); Dimas, de São José (SC); Fo-



Manente Fotografias

▲ Oswaldo Jardim: “Nosso objetivo é atingir 14% do segmento este ano, com a nova Transit Chassi”

rauto, de Içara (SC); Universal, de Blumenau (SC); Konrad Curitiba (PR); Konrad Maringá (PR); Konrad Ponta Grossa (PR); Slaviero, de Cascavel (PR); Bigger, de Francisco Beltrão (PR); Carueme, de Campinas (SP); Vale, de Caçapava (SP); Amec, do Rio de Janeiro (RJ); Bracom, de Itapemirim (ES); Cargo, de Campo Grande (MS); Max, de Brasília (DF); Vepel, de Campina Grande (PB); Cavalcanti Primo, de João Pessoa (PB); e Antares, de Teresina (PI).

Além de serem classificadas na categoria Diamante, pelo programa PE\$O, a Ortovel, a Konrad Sul e a Divepe também receberam o prêmio Chairman's Award, concedido pela Ford mundial.

Em clima de festa, o Encontro Nacional Ford Caminhões apresentou a principal estrela do dia, a nova Transit Chassi, que complementa a família de vans e furgões comercializada no Brasil. O modelo oferece facilidade para a instalação de implementos, comporta baú de até 20 m³ de capacidade e pode ser usado para diversos tipos de aplicação (transporte de alimentos, móveis, flores, roupas, etc.), com peso bruto total de 3.500kg. É equipado com o motor Ford Duratorq 2.4, de 115cv, freios ABS, controle eletrônico de estabilidade, sistema de controle e auxílio de tração, assistência de partida em rampa e air bag para o motorista.

No mês de agosto, a Transit completa 45 anos de vida – já foram produzidas 6 milhões de unidades, desde 1965 até abril deste ano. É o veículo mais tradicional da Ford, na Europa, que foi desenvolvido antes mesmo da criação da subsidiária no continente europeu. Outra curiosidade: Alex Trotman integrou o time de engenheiros envolvidos no projeto de atualização da Transit na década de 1960 – e anos mais tarde, ele chegou à presidência mundial da Ford (nesse cargo, visitou o Brasil, inclusive). A Transit passou a ser comercializada no mercado brasileiro em 2008, nos modelos furgão curto, furgão longo e van de passageiros. ■



▲ Os melhores Distribuidores de caminhões são reconhecidos pelo programa PE\$O

CARRO-CONCEITO 1.0

A Ford apresentou, pela primeira vez no Salão de Beijing, na China, que terminou no último dia 2 de maio, o Start, carro-conceito para as megacidades do futuro - mais de 70% da população mundial viverá em áreas urbanas, em 2050, o que agravará o congestionamento das ruas, a falta de espaço para estacionar, etc. Ele é pequeno, “verde” e equipado com o novo motor EcoBoost 1.0 de três cilindros, capaz de gerar a mesma potência de um 1.6 de quatro cilindros. Tem formas arredondadas e aerodinâmicas para otimizar o rendimento do combustível. É montado sobre um chassi com entre-eixos de 2.300mm e comprimento total de 3.700mm, tem largura de 1.672mm e altura de aproximadamente 1.400mm. Acomoda até quatro ocupantes e possui conexão sem fio para celular e



outros aparelhos móveis de comunicação, além de comando de voz para controle do ar-condicionado, sistema de som, diagnóstico do motor, navegação e ativação do air bag do passageiro.

MERCADO BRASILEIRO

O emplacamento de automóveis e comerciais leves, em todo o Brasil, registrou alta de 16,83%, no primeiro quadrimestre deste ano (1.012.419 unidades), na comparação com janeiro a abril de 2009. Já de março a abril, houve redução de 22,37%. “Apesar dos números negativos, foi o melhor abril da história. A queda reflete a antecipação das compras de março, devido ao término da redução da alíquota do IPI. Além disso, abril teve três dias úteis a menos que o mês anterior, o que significa menos 40 mil carros vendidos”, disse Sérgio Reze, presidente da Fenabreve. No segmento de caminhões, foram comercializadas 44.685 unidades, de janeiro a abril deste ano, uma alta de 50,65% em relação ao primeiro quadrimestre de 2009. De março a abril, o crescimento foi de 0,91%.

>>> No primeiro trimestre de 2010, a Ford registrou crescimento de vendas de 14% na América do Sul e bateu recorde de vendas no Brasil; aumentou 2,7 pontos percentuais de participação de mercado nos Estados Unidos, para 16,6%, e fatia de 14,1% do varejo; e atingiu a liderança de mercado no Canadá, aumentando sua participação para 15,5%.

>>> A Indiana Seguros, companhia responsável pelo Seguro Distribuidores Ford - SEDIF, acaba de lançar uma **nova plataforma de treinamento e-learning para o profissional de seguros**. No portal, ele poderá conhecer melhor os produtos da empresa e fazer uma série de cursos. O endereço é www.desenvolvimentoindiana.com.br.



>>> Ford Brasil está completando 91 anos de operação ininterrupta - no dia 1º de maio de 1919, o Presidente da República Epitácio Pessoa autorizou a criação da subsidiária brasileira da empresa, a primeira montadora instalada no País.

PRODUTOS REDIF

Couro e Sintético é uma linha especial de brindes comercializada pela Redif. Os produtos são de alta qualidade e possuem design moderno. Há diversas opções: porta-retratos, porta-baralho, mouse pad, porta-CD, risque e rabisque, porta-níquel, porta-cartão, porta-chá, entre outros. O pedido mínimo é de cem unidades, cuja entrega ocorre 25 dias após a aprovação do layout (o Distribuidor pode inserir o logo da empresa).



◀ Brindes em couro e sintético, com diferentes opções de cor

Redif é uma central de compras para os Distribuidores Ford, administrada pela ABRADIF. Informações: (11) 5088-7788 / 5088-7780 e redif@abradif.com.br