



Atual


ABRADIF 

JORNAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS DISTRIBUIDORES FORD AUTOS E CAMINHÕES

ANO I - NÚMERO 4 - JUNHO DE 2010

DISTRIBUIDOR RESPONSÁVEL

ABRADIF lança programa para ajudar o Distribuidor a implantar sistema de gestão e política ambiental e a montadora anuncia nova categoria para a Rede participar do **15º Prêmio Ford de Conservação Ambiental**

 **ABRADIF** está lançando o Programa Distribuidor Ford Ambientalmente Responsável, um projeto que vinha sendo estudado desde o ano passado e integrou o plano de ação de 2010 da área de Treinamento, após a aprovação do Conselho de Associados. O objetivo é estimular e orientar os Distribuidores de como fazer a adequação ambiental, de forma gradual e de acordo com as especificidades de cada um. O Programa inclui as seguintes ações: conscientização dos titulares, treinamento da equipe e monitoramento para a implantação da política ambiental na empresa.

Outra boa notícia é que a Ford acaba de anunciar uma nova categoria, exclusiva para a Rede, no Prêmio Ford de Conservação Ambiental. Isto é, os Distribuidores de automóveis e caminhões da marca, a partir deste ano, poderão inscrever seus projetos e ações que contribuem para a conservação ambiental no Brasil. Criado em 1996, o Prêmio é o mais importante do gênero no Brasil. Em 14 anos, premiou 65 personalidades e entidades voltadas para a causa, entre 1,8 mil projetos inscritos. As inscrições para a 15ª edição começam no dia 1º de julho e a cerimônia de premiação dos vencedores será no final deste ano. Conheça o regulamento no site www.premiofordambiental.com.br.

“Com o novo programa de treinamento, a ABRADIF visa incentivar não só a participação no Prêmio, mas, principalmente, a iniciativa pró-ativa da Rede de adotar práticas ambientalmente responsáveis. Antes de premiar, queremos estar certos de que estamos provendo as informações para que todos estejam conscientes de suas responsabilidades diante desse tema, que não pode ser ignorado”, diz Sergio Zardo, presidente do Conselho de Associados.

O programa começa nas próximas semanas, quando a ABRADIF convocará, primeiramente, os titulares de Curitiba (PR) para participarem da reunião de apresentação do programa. Em seguida, serão realizadas reuniões nas demais regiões, cobrindo todo o País. “Os empresários precisam entender que a adequação ambiental beneficia o Planeta – preservando-o para todos nós e para as gerações



▲ Exemplo de ação adequada: Agente coletor de óleo lubrificante usado, autorizado pela ANP

◀ Eco pontos de resíduos da oficina



futuras, mas a empresa também sai ganhando. Os custos operacionais são reduzidos; novos mercados podem ser conquistados, pois os consumidores passaram a valorizar os produtos e serviços que atendem aos requisitos ambientais; o acesso a financiamento fica facilitado (análise de risco ambiental); o valor dos prêmios de seguro fica menor; entre tantas outras vantagens”, ilustra Gilmar Moretti, coordenador da Comissão Técnica de Treinamento da ABRADIF. Ele lembra que as legislações ambientais estão cada vez mais rigorosas e, portanto, o Distribuidor terá de se adequar. “Com planejamento e orientação especializada, é mais fácil, certamente”.

O titular deverá selecionar um colaborador para assumir a função de facilitador ambiental. Esse profissional receberá treinamento específico para ajudar na implantação e funcionamento do programa dentro do Distribuidor. Na etapa seguinte, a ABRADIF avaliará as necessidades da empresa e realizará treinamento in loco para todos os seus funcionários. Durante a vigência do programa, o Distribuidor será assessorado para implantar corretamente sua política de conservação ambiental. ■

ADEQUAÇÃO AMBIENTAL

O novo programa de treinamento da ABRADIF - Distribuidor Ford Ambientalmente Responsável - será coordenado por **Luiz Henrique Lopes Vilas**, da Ouro Verde Meio Ambiente e Negócios Sustentáveis, empresa especializada em gestão ambiental, focada no setor de distribuição de veículos. Ele é professor pesquisador do Centro Universitário de Caratinga (Unec), de Minas Gerais, na área de gestão ambiental. Trabalha com a ABRADIF desde 2007 e já realizou mais de 200 avaliações ambientais para Distribuidores Ford. Ele foi jurado do Prêmio Ford de Conservação Ambiental em 2009.

Atual ABRADIF: Como o sr. define o Programa Distribuidor Ford Ambientalmente Responsável?

Luiz Henrique: O Programa visa engajar, voluntariamente, os Distribuidores no processo de adequação ambiental, de forma gradual e de acordo com as peculiaridades de cada um. O objetivo é subsidiar e orientar os Distribuidores para serem pró-ativos, buscando a sustentabilidade de suas atividades. Para desenvolvê-lo, a ABRADIF considerou: A política da Ford Motor Company (Go Green Dealer); O atendimento às exigências legais; A tendência de a sociedade valorizar os produtos e serviços que sejam realizados com responsabilidade sócio-ambiental; A oportunidade de o Distribuidor obter maior rentabilidade nas atividades.

Atual: Por que o programa começa com uma reunião com os titulares?

Luiz Henrique: A implantação do Programa requer que o Distribuidor estabeleça responsabilidades ambientais entre seus colaboradores e que o titular envolva-se ativamente. As adequações dependem não só da alocação de recursos pela diretoria, mas principalmente da qualidade na realização das atividades e do empenho, conscientização e envolvimento de todos os colaboradores, desde o nível operacional até a diretoria.

Atual: Os titulares terão de indicar um funcionário para ser o facilitador ambiental da empresa. Qual o perfil mais adequado?



FOTO: J.R. Studios

▲ Professor Luiz Henrique Vilas já ministra treinamentos da ABRADIF na área ambiental

Luiz Henrique: O facilitador deve ajudar no desenvolvimento e implantação do Programa. Deve ser comprometido com o Distribuidor, dinâmico, pró-ativo, democrático, possuir confiança e ter livre acesso à diretoria. Ele pode continuar com suas atividades rotineiras.

Atual: Como será o treinamento do facilitador ambiental e dos demais profissionais?

Luiz Henrique: Desenvolvemos um workshop de um dia para o facilitador, que será realizado nas Regionais. Abordaremos temas práticos e os parâmetros estruturais necessários para a adequação ambiental e legal dos Distribuidores.

O Programa disponibilizará as ferramentas para o Distribuidor fazer a adequação

ambiental, a implementação de um Sistema de Gestão Ambiental e a aplicação de sua Política Ambiental. O objetivo é reduzir os impactos ambientais de suas atividades, demonstrando para a sociedade uma postura ética e responsável em relação ao meio ambiente. A implementação do Programa da ABRADIF dependerá do envolvimento de toda a equipe do Distribuidor. Avaliaremos as condições e as necessidades de adequações, na casa do Distribuidor, e com base nisso faremos o treinamento in loco para a equipe, no período 2010-2011.

Atual: Quais os benefícios para o Distribuidor?

Luiz Henrique: O mercado exige cada vez mais que os produtos e os serviços sejam feitos de forma mais ambientalmente sustentável. Leis ambientais severas existem no Brasil, gerando um risco muito grande para aquelas concessionárias que descuidam dessa parte. Clientes buscam informações sobre os aspectos ambientais e sociais de produtos e empresas, antes de efetuarem a compra, o que abre um novo nicho de mercado para os Distribuidores que buscam a excelência na qualidade ambiental. Eles podem ganhar em produção ou economizar recursos financeiros com a melhoria ambiental. Resumindo, as vantagens são: Acesso a novos mercados e melhoria na competitividade empresarial; Melhoria no desempenho ambiental da Organização e no atendimento às Legislações pertinentes; Redução de desperdícios e custos; Diminuição de riscos e eliminação de responsabilidades ambientais; Melhoria na imagem e na relação com os funcionários, clientes, fornecedores, vizinhos, fiscalização ambiental e outros detentores de interesses; Acesso a capital de baixo custo, menores impostos e seguros mais baratos. ■

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.

CURSOS A DISTÂNCIA

Conheça a opinião de Distribuidores que já utilizam a TV Fenabrave para **complementar o treinamento da equipe**



Cavalcanti Primo, de João Pessoa (PB), é um dos Distribuidores Ford que instalaram a TV Fenabrave na empresa, após a ABRADIF aderir, em abril, à essa plataforma de educação a distância, garantindo benefícios especiais para a Rede. Os funcionários aprovaram a iniciativa e estão animados com a programação de treinamento. “Eles já conheciam a TV Fenabrave, pois acostumavam assistir aos cursos na sede que a Fenabrave tem na cidade (Regional), mas, agora, ficou bem melhor, nem precisam sair da revenda”, diz Almira dos Santos Lima, da área de Recursos Humanos da Cavalcanti Primo, que coordena a participação dos profissionais nos cursos da TV Fenabrave.

São alunos exemplares, conforme relata a coordenadora. “Os funcionários gostam de participar, não se incomodam de ficar na empresa depois do expediente (os cursos são transmitidos ao vivo às segundas e quintas-feiras, das 19 às 21 horas), fazem os exercícios complementares no dia seguinte e conversam entre si sobre o que aprenderam”, destaca. Ela lembra que a sala de treinamento da Cavalcanti Primo, com capacidade para 30 pessoas, geralmente lota, quando tem cursos da TV Fenabrave. “Percebemos que eles estão felizes por estarem ali. Inclusive o entrosamento da equipe aumentou depois da instalação da TV Fenabrave; a turma fica até mais tarde para bater papo com os colegas”.

Os cursos específicos do setor, desenvolvidos pela Fenabrave, realmente tratam do dia-a-dia de uma concessionária de veículos, confirma Almira Lima. “São cursos claros, muito detalhados, que apresentam dicas para o profissional melhorar seu desempenho”. A Cavalcanti Primo ainda não possui um “procedimento formal” para verificar como seus alunos estão aplicando, na prática, os ensinamentos. “Um exemplo de resultado é a evolução do atendimento ao cliente; as meninas estão melhor habilitadas para

atender inclusive aqueles clientes que já chegam irritados”. O gerente da área, relacionada ao tema do curso, também costuma assisti-lo e, portanto, tem mais facilidade para verificar se sua equipe está aplicando o que aprendeu.

A diretoria da Cavalcanti Primo incentivada, de fato, que a equipe assista aos cursos da TV Fenabrave. Eles acompanham o processo de convocação e inscrição dos funcionários e participam dos treinamentos, em especial aqueles voltados para a área administrativa. A Fenabrave informa o público-alvo de cada curso, o que facilita, para Almira Lima, fazer a convocação dos funcionários.

▲ Profissionais da Metropolitana que assistiram ao curso de qualidade no atendimento do pós-venda, transmitido nos dias 20 e 27 de abril, e 4 de maio, totalizando seis horas de duração

DICAS PRÁTICAS

A Metropolitana, de Curitiba (PR), também instalou a TV Fenabrave e está utilizando os cursos a distância para complementar o treinamento da equipe. Os primeiros resultados já são percebidos e relatados pelos próprios alunos. “Uma recepcionista do Pós-Venda, recém-contratada, nos contou que se sente mais segura depois que fez o curso. Ela está aplicando algumas dicas, ou seja, passou a olhar mais para o cliente na hora do atendimento, mudou a maneira de falar...”, exemplifica Terezinha Gadonski, coordenadora de Qualidade e Treinamento. Ela coordena, em conjunto com a área de Recursos Humanos, a participação dos funcionários em treinamentos, inclusive os da TV Fenabrave.

Na hora de fazer a convocação dos colaboradores que devem assistir ao curso, a coordenadora dá uma dica importante: “É interessante analisar o conteúdo do curso e o perfil do profissional. O treinamento tem de agregar algo para aquele funcionário, caso contrário

pode desmotivá-lo”. Um exemplo, citado por Terezinha Gadonski, é o profissional que acabou de participar de um treinamento presencial e avançado sobre o tema. Provavelmente, um curso da TV Fenabrave com informações básicas não acrescente muito para ele e, portanto, é preciso avaliar se vale a pena convocá-lo.

A área de Treinamento da Metropolitana está sendo reestruturada e novas ações devem ser implantadas. “Estamos analisando a possibilidade de fecharmos o contrato, com a parceira da Fenabrave (DTCOM), de acesso aos cursos via web, para que nossos funcionários possam fazer mais treinamentos, utilizando as horas ociosas na empresa ou o tempo livre em casa”. Outra novidade, em estudo, é a utilização de um método para medir o retorno do treinamento, ou seja, como os ensinamentos são aplicados na empresa.

Terezinha Gadonski acrescenta que o apoio técnico oferecido pela Fenabrave é muito bom. “Não tivemos qualquer problema na instalação da TV; é muito fácil e leva apenas uma hora. E quando temos dúvidas, eles nos atendem rapidamente”, finaliza. ■

FAÇA SUA ADEÇÃO

A ABRADIF aderiu, em abril, à TV Fenabrave, que transmite, ao vivo, cursos de conteúdo prático sobre a operação do dia-a-dia de uma concessionária de veículos. São direcionados para as equipes de Vendas, atendentes, recepcionistas, telefonistas, mecânicos, entre outros colaboradores fundamentais para o processo de fidelização dos clientes. Há ainda dois canais de treinamento universal para o desenvolvimento de competências individuais e de técnicas de gestão.

A Fenabrave oferece condições especiais para a Rede Ford, graças ao acordo firmado com a ABRADIF. O valor da adesão, para os Distribuidores da marca, é de apenas R\$ 295,00 ao mês. Os interessados devem contatar a Fenabrave: (11) 5582-0030/5582-0063 - flavia.universidade@fenabrave.org.br e rosana.universidade@fenabrave.org.br. Para obter mais informações e assistir à demonstração da TV Fenabrave, acesse www.universidadefenabrave.com.br.

PALAVRA DO PRESIDENTE

TRABALHADOR DO CONHECIMENTO

UM DIA DESSES, estava lendo um artigo na Revista da ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing)- edição março/abril, que aborda o desempenho da Ford e da Toyota, baseando-se na importância que as decisões estratégicas e a eficácia da fábrica têm para a marca obter sucesso no mercado automotivo. Chamou minha atenção o fato de que é cada vez maior a necessidade de aumentarmos a produtividade do “trabalhador do conhecimento”, uma conclusão de Peter Drucker (economista americano, considerado um dos pais da gestão moderna), analisada pelo autor do artigo, o professor Gentil Choji Nishioka.

Levando o tema para a realidade dos distribuidores de veículos, nós, titulares, somos o “trabalhador do conhecimento”, como também todos os profissionais da nossa equipe que nos ajudam

a tomar decisões estratégicas que podem fazer a empresa crescer, como todos estimam ao planejar, ou colocá-la no caminho do fracasso, o que ninguém gostaria, é claro, que acontecesse.

A questão sobre a qual devemos refletir é como medir e controlar quantitativamente o trabalho de quem toma decisões, define estratégias, tem o futuro da empresa nas mãos. Enfim, como aumentar a produtividade nessa área.

Com a competitividade crescendo e batendo à nossa porta a todo instante,

seremos chamados mais vezes para decidir. Seja para neutralizar mais uma ação da concorrência ou para agradar o consumidor de perfil diferente do que estávamos acostumados. Enfim, teremos de tomar um número maior de decisões, em menor tempo.

Para sobreviver nesse mercado, que será dividido com um número surpreendente de novos players, teremos de ser mais rápidos, sem perder, porém, a qualidade na tomada de decisões. Não é uma tarefa fácil, mas a única alternativa é nos preparar para cumpri-la



Para sobreviver nesse mercado, teremos de ser mais rápidos, sem perder, porém, a qualidade na tomada de decisões.



FOTO: Izilda França

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

adequadamente.

Isso significa investir na atualização e na capacitação dos “trabalhadores do conhecimento”, incluindo nós, titulares – temos de estudar, frequentar cursos, assistir a palestras, estar abertos para novas ideias. Outra receita infalível é um ambiente de trabalho acolhedor, agradável, com amigos à volta. Já basta a concorrência, a pressão, a guerra, lá de fora. ■

CHAT COM OSWALDO JARDIM

Exclusivo para vendedores e gerentes de Vendas da **franquia 51**



No dia 10 de junho, o Clube Ford Caminhões realizou, ao vivo, o vídeo-chat Visão da Indústria, que abordou questões atuais do mercado de caminhões e as oportunidades de crescimento da marca. Durante uma hora, das 10 às 11, os titulares e profissionais de Vendas dos Distribuidores puderam conversar e fazer perguntas para Oswaldo Jardim, diretor de Operações da Ford Caminhões na América do Sul, e para Charles Camargo, gerente Nacional de Vendas da empresa.

Esse foi o terceiro vídeo-chat promovido pelo Clube Ford Caminhões, do qual participaram cerca de 300 pessoas. Criado em julho de 2009, o Clube é um programa de incentivo voltado para profissionais da área de Vendas dos Distribuidores

exclusivos de caminhões. Atualmente, possui 650 pessoas cadastradas, que podem atualizar-se sobre o mercado e a Ford, acessando o portal do Clube, além de ganharem pontos sobre cada venda realizada para trocar por prêmios, e participarem de promoções exclusivas, chats online, quizzes, etc.

Assista à íntegra do vídeo-chat, que já está disponível no portal do Clube Ford Caminhões, na área Comunicados. Para acessar o portal, o usuário deve ser cadastrado no Sistema Ford Fácil e no portal do Clube – é o usuário master do Distribuidor que libera o acesso para os vendedores e gerentes de Vendas. ■

COMISSÃO DA ABRADIF

O grupo é coordenado por **Renato Costa**, de Santa Catarina

A reunião do Conselho de Associados de Caminhões, realizada em maio, foi uma oportunidade para apresentar os novos membros da Comissão Técnica de Caminhões, inclusive para a diretoria da Ford, presente no encontro. O trabalho principal da Comissão é debater tecnicamente com a montadora os assuntos pertinentes ao negócio de caminhões e municiar o Conselho de informações que possam ajudá-lo na tomada de decisões estratégicas.

A Comissão participou da reunião, no dia 18 de maio, quando foram discutidos os seguintes assuntos: Proposta de preços de peças da Transit; Novas regras para o sistema Gestok no Programa Peso; Reestruturação do departamento de Finanças da Ford para facilitar a identificação de pagamentos feitos pelos Distribuidores; Captação de documentos relativos ao

Finame; Soluções alternativas para o fim do desconto do IPI; Regras do comissionamento de vendas diretas; Política de preço da Transit; Ressarcimento do valor dos pneus instalados nos Distribuidores em modelos autorizados; Custos de implantação do programa Serviço Total; etc.

A nova Comissão Técnica de Caminhões é coordenada por Renato Angeloni Costa, titular da Forauto, de Içara (SC), que volta a assumir a função – há anos, ele participa ativamente da ABRADIF; já foi vice-presidente e delegado da Regional Sul, integrante de grupos de discussão sobre o negócio, entre outros cargos. Mais três Distribuidores integram atualmente a Comissão: Dorival Rodrigues de Oliveira, da Cargo Veículos, de Campo Grande (MS); Leonardo Menezes Pontes, da Norte Caminhões, de Ananindeua (PA); e Lourenço Domingos, da Pisa, de Contagem (MG). ■

DIRETOR DA DIVEPE

Claudio Terciano assumiu a direção geral da Divepe Caminhões, de São Bernardo do Campo (SP). Até maio deste ano, ele trabalhava na montadora – era o gerente nacional de Vendas da Ford Caminhões. Em 18 anos de companhia, ocupou diversos cargos nas áreas de Finanças e Vendas. A Divepe Caminhões possui, no total, quatro empresas, das quais três estão localizadas em Pernambuco, nas cidades do Recife, Jaboatão dos Guararapes e Caruaru (a unidade mais nova é a de São Paulo).



REEMBOLSO DE PNEUS

>>> Depois de reunião realizada com o Conselho de Associados de Caminhões, a Ford divulgou as regras de reembolso do valor dos pneus instalados nos Distribuidores nos modelos autorizados. As solicitações da ABRADIF sobre o processo de ressarcimento antecipado foram atendidas.

TREINAMENTO É APROVADO

A terceira fase do programa QCP em Casa será **oferecida para toda a Rede**

Depois de testar o treinamento em três Distribuidores, no final de maio, a ABRADIF aprovou e já está realizando, em parceria com a Ford, a terceira fase do Programa QCP em Casa, que será oferecida para toda a Rede. O objetivo, agora, é sustentar e acelerar as mudanças iniciadas nas fases anteriores (conscientização e mobilização), para garantir que cada colaborador, processos e ferramentas do Distribuidor estejam realmente focados na melhoria do QCP, ou seja, na liderança do mercado em satisfação do cliente.

A terceira fase do programa inclui consultoria in loco e palestra motivacional. O trabalho de consultoria é realizado no Distribuidor, durante um ou dois dias, de acordo com as necessidades da empresa, confirmadas por suas notas de QCP em Serviços e Vendas. A consultoria analisa os cadernos de QCP e estuda soluções para os problemas lá identificados, sempre em conjunto com os colaboradores envolvidos com os processos. Eles retomam os planos de ação, elaborados nas fases 1 e 2 do programa QCP



▲ Equipe da Sonnervig participa do projeto-piloto



em Casa, e acompanham sua execução.

A palestra, com dinâmicas motivacionais, é realizada apenas quando termina a consultoria. Todos os colaboradores do Distribuidor devem participar, incluindo a diretoria. A palestra tem duração de duas horas e meia e reforça a importância do QCP para se garantir a satisfação do cliente.

O programa QCP em Casa – 3ª fase foi testado, entre os dias 20 e 27 de maio, no departamento de Serviço da Superfor, Distribuidor Ford localizado em São Paulo (SP); na área de Vendas da Tempo, de Campinas (SP); e nos

dois departamentos da Sonnervig, de São Paulo.

A área de Treinamento da ABRADIF está entrando em contato com os Distribuidores para agendar a consultoria e a palestra motivacional. Para obter mais informações, escreva para jane@abradif.com.br e natalia@abradif.com.br. ■

PRODUTOS REDIF

Para os Distribuidores Ford que querem usar a criatividade e a inovação para divulgarem o nome da empresa, a Redif oferece uma linha de produtos infláveis, que podem ser usados em ações promocionais, eventos, campanhas publicitárias, como também na decoração da revenda. São fabricados com matéria-prima de qualidade (Nylon Rip Stop 250 e PVC pneumático) e impressos digitalmente. Há várias opções de produtos: roof top, blimps, stands, logotipo, móveis, promobol, entre outros. Os infláveis são visualizados à longa distância e atraem a atenção do público, porque são diferentes e se movimentam suavemente.



▲ Inflável é um diferencial nas ações de divulgação

RECALL NÃO É LEMBRADO

Estudo realizado pela GfK, quarta maior empresa de pesquisa de mercado no Brasil e no mundo, indica que o recall não é lembrado pela maioria dos brasileiros. A empresa entrevistou, em março deste ano, 1.000 pessoas a partir dos 18 anos de idade.

Do total, 62% dos entrevistados não se lembram de um recall de automóveis, sendo que as mulheres são as que menos se recordam (71%). A maioria dos jovens também não se lembra (69%). Na análise por classe social, o estudo apresenta os seguintes resultados: 75% dos entrevistados das classes C e D responderam negativamente quando questionados se lembravam de algum recall automotivo; na classe AB, o índice caiu para 48%.