

A programação contou com palestras voltadas à economia e específicas a cada segmento do setor de distribuição de veículos, além de seminários com foco na máxima absorção no pós-vendas e controle financeiro e de custos nas concessionárias. Também houve apresentações sobre recursos humanos, gestão e tecnologia, com destaque no crescimento da utilização da internet e as mídias digitais no segmento.

Na palestra magna de abertura, proferida por Arturo Piñeiro, presidente e CEO da BMW Group Brasil, sobre o tema “Os desafios do futuro para o concessionário”, ele afirmou que os concessionários devem continuar investindo mesmo em tempos de crise. Além disso, Piñeiro lembrou que todos os departamentos das concessionárias devem ser lucrativos. Segundo ele, reclama-se muito do baixo lucro gerado pela venda de veículos novos. No entanto, a comercialização de usados é muitas vezes uma fonte de receita até mais interessante. Ele também ressaltou que a venda de peças, serviços e seguros, às vezes tida como um “patinho feio”, pode ser responsável por uma importante geração de caixa.

O encerramento ocorreu em uma mesa redonda sobre o tema “Como administrar uma concessionária em época de busca de superação” com a participação de concessionários e Letícia Costa, consultora e sócia-diretora da Prada Assessoria, além de seminários especiais sobre temas relevantes para o setor de distribuição de veículos. O moderador do debate foi Valdner Papa, diretor de relações com o mercado da Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave).

O congresso, que ocorre anualmente, é organizado pela Fenabrave e, nesta edição, reuniu empresários de todos os segmentos automotivos de diversas regiões do Brasil, delegações internacionais e representantes da indústria mundial, totalizando a presença de 3,9 mil profissionais. Simultaneamente ao congresso aconteceu a ExpoFenabrave, feira que neste ano apresentou mais de 70 marcas nacionais e internacionais, em uma área de 10 mil m².

