

PAPO ABERTO

Com muita satisfação, verificamos que o empenho da Rede continua gerando resultados muito positivos para as vendas. Nos primeiros quatro meses deste ano, a Jeep já soma mais de 30 mil unidades emplacadas, com destaque, em abril, tanto para o Compass como para o Renegade como os SUVs mais vendidos. Esse desempenho é gratificante e inspira comemoração. Mas também temos de ficar atentos para um alerta importante que ele está nos trazendo: o aumento da demanda pelos serviços de pós-vendas daqui para frente.

Nesta edição, apresentamos dados da FCA que mostram que, com o crescimento do parque circulante de Jeeps de 0 a 3 anos, o volume de veículos para revisões relacionadas ao período de garantia triplicará até o final deste ano. Por isso, é importante que cada Concessionária verifique com seus consultores de pós-vendas, de acordo com o estudo feito pela FCA, se sua estrutura está adequada para atender essa nova e grande demanda. Precisamos estar muito bem preparados, para que possamos manter esses clientes e ganhar novos, oferecendo o melhor atendimento possível.

Com foco também na elevação da performance dos negócios, pedimos a máxima atenção da Rede para a Pesquisa Fenabreve de Relacionamento com as Marcas. O prazo para responder o questionário on-line é 15 de junho. É fundamental que todos os Dealers participem, expressando sua avaliação sobre os resultados do trabalho em parceria com a montadora e com a ABRADIC. Assim, poderemos verificar os pontos em que evoluímos e aqueles em que precisamos melhorar para avançarmos juntos.

Entre os cuidados para assegurar a qualidade do produto final, mostramos que a FCA está testando a montagem dos veículos em ambiente virtual. Essa é uma das inovações da Indústria 4.0, que permite avaliar a execução de todas as etapas e ajustar os processos, para obter resultados mais precisos.

Em relação às mudanças que as tecnologias disruptivas irão exigir do mercado, apresentamos um artigo que chama a atenção para os desafios que surgirão para os serviços de pós-vendas na medida em que houver um avanço da presença dos carros movidos a eletricidade. Com menos



componentes que precisam de reparos e manutenção, esses veículos chegarão com menos frequência às oficinas. Por outro lado, para prestar o atendimento correto, será necessário investir em profissionais bem qualificados e em novos equipamentos.

Para acompanhar mais de perto as inovações que estão surgindo pelo mundo, no início de maio, associados da ABRADIC participaram da Silicon Valley Conference, em São Paulo. O evento contou com palestras de empreendedores de vários países, que estão atuando no desenvolvimento de novas tecnologias. Compartilhamos aqui um pouco do conteúdo apresentado na conferência, abordando novidades em biotecnologia, inteligência artificial, *design thinking*, novas profissões, diversidade e colaboração, entre outros temas.

Confira ainda nesta edição a presença da Jeep e da Ram na Agrishow 2018, maior evento de tecnologia agrícola da América Latina. Já na Europa, a Jeep acompanha a turnê dos Rolling Stones, reforçando sua enorme versatilidade, capaz de circular do campo para o mundo do rock.

Boa leitura!

Luiz Sergio de Oliveira Maia
Presidente da ABRADIC



Silicon Valley Conference, em SP, atrai mais de 2500 pessoas interessadas em inovação e tecnologia

São Paulo sediou um dos maiores eventos de inovação que aconteceu no Brasil, nos últimos tempos. O termo Silicon Valley (Vale do Silício) remete à ideia de empresas inovadoras, transformadoras e colaborativas. Foram esses atributos que permearam as palestras do Silicon Valley Conference, evento promovido pela StartSe, que atraiu mais de 2.500 participantes em São Paulo, no dia 5 de maio passado, dentre eles associados à ABRADIC.

Durante a abertura, Maurício Benvenuti, Diretor da StartSe, mostrou as principais inovações – como edição genética e carros autônomos – e como elas estão transformando a humanidade nos últimos anos e a transformarão ainda mais nos próximos.

Startups que estão mudando o planeta, como o Uber, não possuem nem uma década de existência e já são usadas por bilhões de pessoas.

No mundo corporativo as inovações estão cada vez mais velozes e alguns produtos e serviços são cada vez mais irrelevantes, enquanto outros vão surgindo e crescendo. “Você cria um produto e em 2 ou 3 anos ele já está obsoleto. Essas mudanças sempre aconteceram, mas estão ficando cada vez mais céleres, os ciclos de inovação eram mais longos, mais espaçados, demoravam 10 a 15 anos”, ressaltou Benvenuto.

A inovação é muito incentivada nestas novas empresas, cada vez mais presentes no nosso dia a dia, principalmente pela queda no custo de empreendedorismo, que permitiu a criação de um boom empreendedor que está impactando o mundo inteiro.

“Essas mudanças na sociedade exigem que você, governos, organizações tenham um reposicionamento perante o consumidor, se reinventem regularmente. E isso inclui fazer uma pergunta o tempo todo: o que eu preciso fazer para me manter relevante? E inclui também as próximas gerações, que vão ter vidas muito distantes das que vivemos nas últimas. 65% das crianças vão trabalhar em atividades que ainda não existem. Vamos viver em um mundo completamente diferente”, completa Benvenuto.

A inovação e a criatividade serão imperativas em um mundo que mudará cada vez mais rapidamente. Para manter-se no jogo, as corporações terão que reavaliar constantemente seus desempenhos e estratégias, pensar disruptiva mente é imperativo para quem quer obter o máximo rendimento de seus investimentos (quer financeiros, quer de esforços).

O Silicom Valley Conference reuniu grandes nomes, responsáveis por algumas das milhares de inovações que estão sendo realizadas por empreendedores de várias partes do mundo, confira abaixo um resumo da intensa e interessante programação.

BIOTECNOLOGIA

Ryan Bethencourt, da IndieBio, uma das maiores aceleradoras de startups especializadas em biotecnologia do mundo e da Wild Earth, startup de alimentos proteicos para pets, explicou a revolução que a biotecnologia está promovendo. Ele apresentou as grandes inovações da área, com a possibilidade de edição genética (técnica, precisa e potente, de correção de um ou mais genes em qualquer célula viva) para alcançar diversos resultados diferentes como prevenir doenças hereditárias, cura do HIV e erradicar o câncer, por exemplo. Em sua palestra, Bethencourt afirmou que a biologia faz parte da quarta revolução industrial, apresentando os principais motivos que a fazem cada vez mais importante para o mundo.

Esse novo campo tecnológico vai além da medicina. Também já está sendo utilizado no desenvolvimento de novos produtos. Grandes empresas já estão utilizando recursos naturais com menor impacto ambiental – é o caso da Adidas, por exemplo. A empresa lançou o Futurecraft Biofabric, um tênis feito de Biosteel fiber, tecido feito completamente a partir de teia de aranha. “O tênis feito com teia de aranha possui muita proteína e é 10 vezes mais forte que o convencional”, afirmou

Bethencourt. Segundo a Adidas, o material é 15% mais leve do que tecidos sintéticos tradicionais.

Outra aplicação da biotecnologia é no armazenamento de dados. Para Bethencourt, o DNA tem um avançado potencial para estoque de dados. No futuro, existe uma boa chance de substituir as atuais tecnologias de armazenamento com discos magnéticos ou unidades de memória flash para guardar dados, como músicas, filmes e documentos, por “discos” feitos a partir do próprio DNA. Cientistas demonstraram que é possível guardar até 700 TB (ou aproximadamente 700 mil gigabytes, se preferir) em apenas 1 grama de DNA.

A experiência como investidor na maior aceleradora de biotecnologia do mundo permitiu que Bethencourt conhecesse e fizesse parte de empresas com potencial revolucionário. É o caso da Miraculex, por exemplo. A startup se inspirou na fruta “miracle berry”, criada em laboratório, para construir o próprio modelo de negócios.

A miracle berry é uma fruta capaz de adoçar qualquer alimento sem utilizar açúcar. O segredo não está em um ingrediente secreto semelhante ao açúcar, mas no efeito que a fruta faz em nosso paladar. “A miracle berry tem uma proteína que mexe com nossos receptores de sabor e nos faz pensar que o alimento é doce, apesar de não ser. O efeito parece ser específico em primatas”, explicou o empreendedor.

IMORTALIDADE

Carolina Oliveira, CEO e cofundadora da OneSkin, outra startup de biotecnologia, compartilhou um pouco da sua história. “Quando chegamos no Vale, tínhamos uma proposta de criar uma pele humana para evitar testes em animais. Mas hoje, tudo mudou e estamos estudando métodos de rejuvenescer a pele humana”. De acordo com Carolina, fica muito claro para a startup que é possível, sim, reverter o processo de envelhecimento. “Muitos falam de imortalidade, mas nós queremos apenas estender o tempo que vivemos com saúde de forma produtiva”.

A Onskin trabalha atualmente para comparar os efeitos do retinol (um dos principais ingredientes usados em cosméticos antienvelhecimento) com o de um produto desenvolvido pela startup — ao mesmo tempo em que pesquisa novos compostos relacionados ao envelhecimento. “Se as nossas pesquisas se confirmarem, teremos o nosso próprio produto no mercado em 1 ou 2 anos”, revela.

No início de 2017, a Onskin recebeu um financiamento seed (semente) de um fundo de venture capital. A empresa não revela o valor, apenas que foi dentro dos padrões do Vale do Silício para esta fase (algo entre US\$ 1 milhão e US\$ 3 milhões).

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Paul Bommarito, Vice-Presidente da Nvidia (empresa multinacional de computação), mostrou como a empresa está dando uma guinada para aplicações de inteligência artificial, e permitindo o surgimento de

tecnologias que mudarão o mundo nos próximos anos, como o carro autônomo. “Vai ser um impacto imenso, pense que um carro autônomo não vai ver mensagens enquanto dirige”, afirma.

O VP lembrou que a Nvidia, até pouco tempo atrás, atuava quase que exclusivamente no mercado de videogames com suas GPUs (Graphical Processing Units). Mas a descoberta de que esse hardware seria mais útil para rodar Inteligência Artificial, ao invés dos tradicionais CPUs, revolucionou o negócio da empresa. Atualmente, a Nvidia é líder em computação de Inteligência Artificial e suas ações hoje valem mais de US\$ 200 – elas valiam cerca de US\$ 30 dois anos atrás. “Já tivemos a era da computação, da computação móvel e, a mais recente, da nuvem. Mas agora, há uma nova era sobre nós. Alavancada pela Inteligência Artificial, essa nova era trata aplicações e serviços de um modo nunca visto antes. No futuro, ninguém vai conseguir saber a diferença entre uma pessoa criada artificialmente e uma real”, diz.

CULTURA STARTUP

Cristiano Kruehl, também diretor da StartSe, destacou a cultura startup. Essas empresas, normalmente de base tecnológica, possuem espírito empreendedor e uma constante busca por um modelo de negócio inovador. Este modelo de negócios é a maneira como a empresa emergente gera valor – ou seja, como transforma seu trabalho em dinheiro. Segundo ele, risco, inovação, incerteza e exponencialidade são palavras que descrevem o dia a dia desse novo modelo de negócio. “Uma startup

busca originalidade para poder causar disrupção, e o movimento delas está acelerando a transformação para a chamada Nova Economia”, comenta.

ADVENTUROUS THINKING (EVOLUÇÃO DO DESIGN THINKING)

Sally Dominguez, australiana especialista em pensamento criativo e aventureiro, apresentou o Adventurous Thinking que, combinando as mais recentes pesquisas sobre caminhos neurais, desenvolve técnicas que permitem que um indivíduo se torne mais criativo, curioso e inovador.

“Todo mundo que tinha um plano de cinco anos está tendo dificuldade. Isso porque na metade desse período, as pessoas percebem que já precisam mudar novamente”, disse Sally. “Nesse cenário, quem consegue olhar para o futuro de forma aventureira, cria oportunidades incríveis”.

Segundo ela, inovadores de sucesso aplicam seu pensamento criativo usando ferramentas de desenvolvimento, produção, branding e marketing. Ao invés de olhar para fora buscando inspiração para inovação, companhias e empreendedores deveriam reavaliar seu capital humano em busca de inovações incrementais, tomar passos de inovação e fortalecer seu legado.

DIVERSIDADE E COLABORAÇÃO

Uma viagem ao Chile, para praticar esportes de inverno, mudou a vida de Diogo Ruiz, fundador da Bluezup (plataforma que permite o test-drive de eletrônicos).

Carros Autônomos

Uma das palestras mais esperadas foi a do Steven Choi, responsável por machine learning do Uber. Steven é um daqueles engenheiros que reescrevem o mundo. Durante 2 anos, fez parte da seleta equipe de experts do GoogleX, a divisão secreta do Google que desenvolve projetos disruptivos de alto impacto global.

Choi aposta no modelo Uber. “Eu não conseguiria prever com precisão como o ambiente vai mudar no futuro, mas as tendências apontam que estaremos nos movendo de uma realidade em que as pessoas são donas de seus carros para uma em que o veículo é compartilhado. Se o automóvel autônomo for implantado completamente, não haverá mais necessidade de ter um carro. Os custos de usar uma

plataforma de transporte contra os de ser dono de um veículo seriam significativamente diferentes. Hoje, em mais de 90% do tempo, os automóveis não são usados como poderiam — isto é, estão estacionados, parados no trânsito ou simplesmente sem uso. Uma plataforma de transporte com carros autônomos poderia resolver esse problema”.

“Se os carros autônomos forem implantados, você poderá eliminar entre 70% e 80% dos veículos no mundo. Isso não vai chacoalhar só a indústria automobilística. Trará disrupção em vários níveis. As estradas poderiam ser mais estreitas e os estacionamentos poderiam ser menores — porque não precisaremos mais estacionar os carros. O setor de seguros é um que pode sofrer, por exemplo, pois haverá menos

acidentes. O mercado imobiliário também pode ser impactado, já que teremos mais espaço. Além disso, a forma como a polícia trabalha pode mudar — o sistema de multas não vai mais gerar tanta receita. Já do ponto de vista logístico, mover algo de um lugar para outro poderá mudar também as coisas, já que veículos autônomos dirigem 24 horas por dia, não precisam ‘descansar’. Deve haver uma grande mudança em infraestrutura, mas será nos próximos 100 anos — não um impacto tão imediato. A experiência do usuário, como nós chamamos, é a maior luta além das questões regulatórias. Mas o que eu posso te dizer é que máquinas são capazes de processar e catalogar informações muito mais rápido que o cérebro humano”, enfatiza.

Como queria economizar na aquisição dos equipamentos, teve a ideia de criar “um Uber das coisas” em que as pessoas alugassem seus objetos pessoais. Botas, pranchas, bicicletas, um pouco de tudo. Muito baseado na economia colaborativa. A ideia sofreu várias melhorias até chegar ao formato atual da empresa.

Ruiz já morava no Vale do Silício quando foi aprovado no Founders Institute, maior aceleradora de projetos em fase inicial do mundo. Durante três meses e meio teve encontros semanais com mentores de peso, como o fundador do Evernote, o terceiro investidor do Uber e o primeiro da Tesla. Finalmente lançada em agosto de 2017, a Bluezup opera em Curitiba, Porto Alegre, Londrina e São Paulo.



“Alguns pontos fazem o Vale ser especial. O primeiro é a diversidade, com 40% das pessoas vindo de fora da região. Se você quer inovar, não adianta conversar com as mesmas pessoas, andar com o mesmo grupinho”, afirma. “Outro ponto é a questão da colaboração, todos cooperam com projetos diversos e indicando caminhos e soluções. Se as pessoas se ajudassem mais aqui, poderíamos construir um país cada vez mais forte”, complementa.

PROFISSÕES E POSTOS DE TRABALHO

Felipe Lamounier, sócio da StartSe, enfatizou que a sociedade está no início da Quarta Revolução Industrial: automação, inteligência artificial, robótica, impressão 3D e outras tecnologias eliminarão postos de trabalho em um ritmo alucinante. À medida que indústrias inteiras se reajustam, muitas profissões se transformarão de forma surpreendente. “É só olhar a fábrica da Tesla (empresa automotiva e de armazenamento de energia norte americana). Lá, praticamente, não há nenhuma pessoa”, conta

Segundo ele, a automação irá transformar diversos postos de trabalho – desde a área de construção civil até na gastronomia. “Tem uma previsão do McKinsey que diz que 800 milhões de empregos no mundo serão substituídos por robôs. Daqui a pouco os robôs substituirão até os policiais. Apesar de isso não estar acontecendo ainda, com o mundo de segurança privada está. Na gastronomia, temos o robô Molley. De acordo com Lamounier, até o fim desse ano já será possível “baixar” uma receita e dá-la para o robô executar. Os braços robóticos serão capazes de cozinhar mais de 200 variações de pratos de chefes famosos. “Até os entregadores de comida vão ser substituídos por robôs”, afirma Felipe. Em San Francisco, já temos desde drones entregando comida até um robô fazendo isso

por terra. O entregador-robô foi desenvolvido por uma concorrente do Uber Eats, a Startships.

NOVAS FRONTEIRAS

O último a se apresentar foi Fábio Teixeira, brasileiro, fundador da startup Hypercubes, que tem como meta acabar com a fome no mundo. E para isso, conseguiu apoio e investimento da NASA, a agência espacial americana.

Enquanto a própria NASA e empresas como a Space X gastam milhões de dólares no lançamento de um satélite, Teixeira desenvolveu uma tecnologia que permite lançar cada equipamento gastando menos de US\$ 300 mil dólares.

O projeto da Hype cubes funciona a partir de uma “constelação” de satélites, que completam uma volta na terra a cada 90 minutos, realizando análises que “permitem olhar para uma plantação e determinar o nível de fertilidade do solo, stress, espécies invasoras, doenças e até os nutrientes que estão presentes nas flores das plantas. “Esse é um outro nível de informação, que pode levar a produção de comida para o estado da arte”, diz Teixeira. “Com base nessas informações, é possível cuidar de cada planta individualmente fornecendo o tratamento (água, nutrientes) na medida exata para ela florescer mais saudável e produtiva”.

Para ele, esse é um real benefício que a Hypercubes pode trazer para construir um mundo melhor. “Esse é um problema que nas próximas duas décadas temos que enfrentar. Em 2050 teremos 10 bilhões de pessoas no planeta, e vamos precisar produzir mais comida nas próximas décadas que nos últimos 10 mil anos juntos”, destaca. “Dessa forma, otimizar as plantações obtendo o máximo de suas capacidades será imperativo”.

FIQUE POR DENTRO

Rede precisa se preparar para crescimento da demanda de pós-venda

A Jeep foi a marca de seu segmento que mais cresceu nos últimos anos. Com a venda de 88.102 unidades, em 2017, passou a integrar o ranking das dez marcas mais vendidas no Brasil. Como consequência desses bons resultados, a busca por serviços aumenta a cada dia, e a questão que surge é: "A Rede está devidamente estruturada para atender à grande demanda que virá pela frente?".

A área de pós-vendas agora tem a missão de consolidar a marca, gerando uma boa impressão para esses novos clientes que, em sua grande maioria, migraram da concorrência. Eles estão cada vez mais exigentes e esperam por serviços de qualidade, com atendimento rápido e eficiente, para que permaneçam na marca.

Considerando o crescimento dos atendimentos nas oficinas da Rede, a FCA fez um estudo para cada Concessionária, validado pela ABRADIC, que avalia a sua estrutura atual e a necessidade de aumento de boxes produtivos. Por isso, a ABRADIC recomenda aos seus associados que procurem os seus respectivos Consultores de Pós-vendas (CPVs) para entender se estão prontos para a nova demanda.



Volume de revisões triplicará

De acordo com a FCA, o parque circulante de veículos de 0 a 3 anos crescerá 37% até o final de 2018, em relação a 2017, atingindo 260 mil veículos.

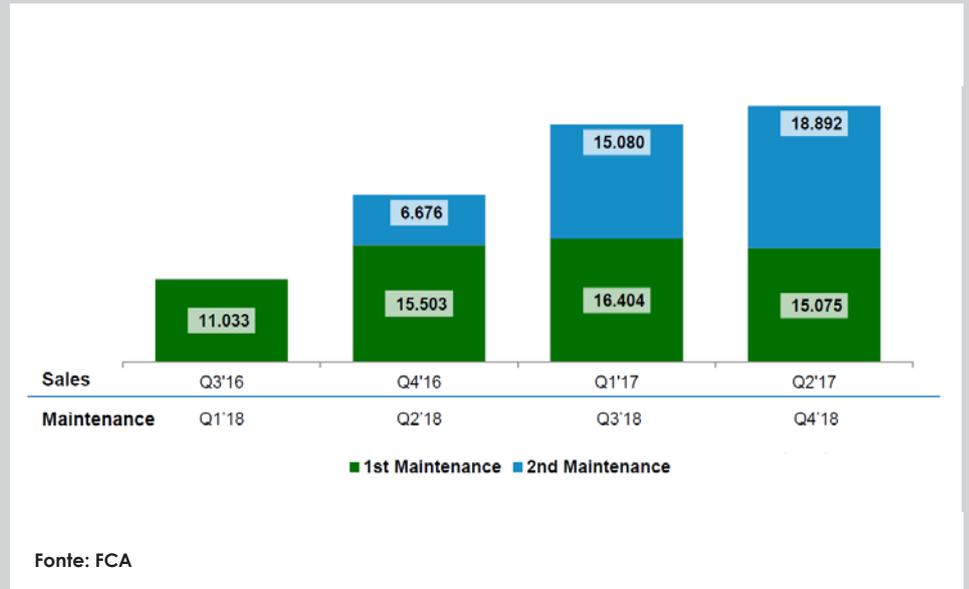
A representatividade do parque de 0 a 3 anos, em relação ao parque circulante total (que inclui veículos até 10 anos), será de 76%. Esses dados mostram que a maior parte do potencial de venda de peças e serviços estará concentrada em carros dentro do período de garantia, que poderão retornar para as Concessionárias para manutenção corretiva e

revisões periódicas.

Com o objetivo de ajudar e incentivar a Rede no contato proativo com esses clientes, a FCA | Mopar desenvolveu a ferramenta CRM FCA Latam para a gestão de leads de prospecção. Além disso, esses consumidores também poderão, oportunamente, ser encaminhados pelas seguradoras para reparos de colisão.

Dessa forma, com base nos dados da FCA, a previsão é de que o volume de veículos para revisões triplicará até o final deste ano, avançando de 11 mil no primeiro trimestre para 33 mil no quarto.

Diante dessa previsão, a Rede precisa reavaliar se as suas estruturas físicas e de pessoal estão adequadas. Se não estiverem, deve realizar os investimentos necessários para prestar os serviços de excelência que o cliente espera e, assim, aumentar seu faturamento e incrementar o índice de absorção. Ao criar uma situação positiva, também levará o consumidor a ter a Jeep como sua marca preferida no momento da próxima aquisição de veículo ou de recomendação em seu meio social, fortalecendo a retenção e a chegada de novos clientes.



FCA testa montagem de carros em ambiente virtual

Com foco na qualidade dos produtos, a FCA está testando cada etapa da montagem dos carros, inicialmente, em ambiente virtual, onde é criada uma linha idêntica à real. Essa é uma das inovações da Indústria 4.0, desenvolvida com base no conceito de Digital Twin (gêmeo digital), que possibilita a elaboração e o teste de processos antes de serem instalados fisicamente, conforme explica Fábio Pugliese, especialista em engenharia de manufatura da montadora.



Os testes virtuais facilitam a tomada de decisões das equipes multidisciplinares da FCA, contribuindo para maior eficiência e precisão nos processos de manufatura e logística, e para melhorias na ergonomia dos operadores. "Com essa solução, é possível mapear todos os movimentos e a postura dos operadores na execução das diferentes atividades, como a montagem de uma lanterna", exemplifica Eric Baier, especialista em simulação virtual da FCA.

Nas salas de realidade virtual, reúnem-se profissionais de diversas áreas, com a integração da engenharia de produto e da engenharia de manufatura. Eles utilizam óculos 3D, joysticks e telas de projeção para interagir com os modelos digitais e identificar oportunidades de aperfeiçoamentos tanto nos produtos como nos processos produtivos.

No Polo Automotivo Jeep, em Goiana (PE), os testes virtuais foram aplicados na validação das linhas de produção do Renegade, Compass e Fiat Toro. Já em Betim (MG), a sala de realidade virtual está integrada ao Manufacturing 2020, laboratório criado para testar novas tecnologias da Indústria 4.0.

A eletrificação veicular e seu impacto no pós-vendas

Ainda que a passos lentos, as vendas de carros movidos a eletricidade estão crescendo no Brasil. De janeiro a março deste ano, 893 veículos elétricos ou híbridos foram emplacados. Esse número representa um aumento de 58,9%, em comparação com o mesmo período de 2017, quando foram registradas 562 novas unidades, conforme dados compilados pela Anfavea, com base nos Registros Nacionais de Veículos Automotores.

No ano passado, a quantidade de carros elétricos licenciados no Brasil superou 3 mil unidades. Em relação a 2016, quando 1.085 foram emplacados, o volume triplicou. Em uma década, a expansão foi ainda mais expressiva, uma vez que, em 2007, houve apenas dois emplacamentos.

Segundo dados do Departamento Nacional de Trânsito (Denatran), cerca de 7.120 carros elétricos e híbridos circulam no Brasil, número ainda tímido, se comparado a outros países. Estudo da Accenture Strategy e da FGV Energia mostra que, na China, há cerca de 312 mil veículos elétricos em circulação. Nos Estados Unidos, são aproximadamente 100 mil.

A estimativa é de que, até 2030, a quantidade de carros elétricos em circulação chegue a 140 milhões, representando 10% da frota mundial.

Incentivo do governo

Para incentivar a produção de carros híbridos e elétricos no Brasil, o governo prometeu a redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI). A diminuição na alíquota de 25% (teto atual) para 7%, equivalente à dos carros populares com motores flex 1.0, poderia abrir as portas para as montadoras aumentarem as importações e desengavetarem projetos. A medida, no entanto, vem sendo protelada há meses, juntamente com a nova política para o setor automotivo, a Rota 2030.

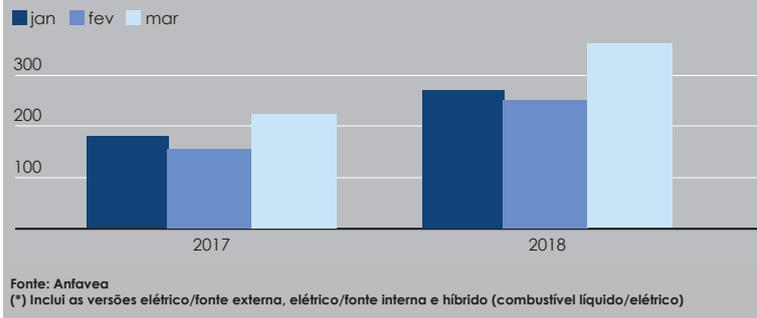
O objetivo da redução do IPI, de acordo com o Ministério de Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC), é ampliar o mercado de veículos com novas tecnologias e incentivar a diminuição da emissão de gases causadores do efeito estufa.

Dificuldades para expansão

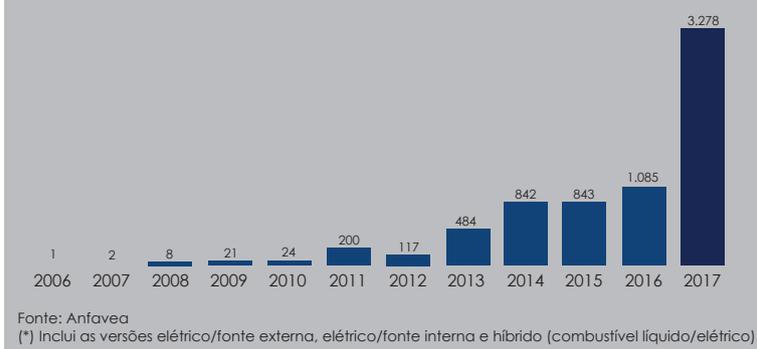
A decisão do governo de reduzir o IPI afetaria diretamente um dos principais entraves para a popularização de carros elétricos: o preço. Hoje, ter um carro movido a eletricidade não custa menos de R\$ 160 mil.

De acordo com a FGV Energia, o problema é global.

licenciamento de carros elétricos e híbridos* no Brasil
comparação - jan. a mar. 2017 x jan. a mar. 2018



licenciamento de carros elétricos e híbridos* no Brasil



Os elétricos são mais caros do que os veículos a combustão em todo o mundo. Suas baterias têm um custo alto, que varia de um terço a metade do preço da produção do carro, pois se trata de uma tecnologia em desenvolvimento.

Além disso, no Brasil, os carros elétricos são ainda mais caros, por conta do custo de câmbio e dos impostos. A estimativa é de que, somente por volta de 2025, seja possível ter uma equidade de preços com carros movidos a gasolina.

Ligados na tomada

A escassez de locais para recarga é outra dificuldade para quem precisa abastecer o carro durante o dia. Como qualquer outro equipamento movimentado a eletricidade, os veículos são recarregados em tomadas ou postos de recarga. Mas encontrar algum local assim pode ser um desafio.

Segundo estimativas da Associação Brasileira de Veículos Elétricos (ABVE), não há mais do que 120 postos de carregamento no país. Não é possível saber a quantidade ao certo. O governo brasileiro sequer tem uma contabilidade oficial.

Tampouco há um entendimento de como deve ser a cobrança pela energia nesses pontos. Por isso, os donos de veículos elétricos não pagam para recarregar as baterias atualmente.

Pelas regras atuais da Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), só pode haver comercialização

de energia entre uma pessoa ou empresa e uma distribuidora. O órgão regulador estuda uma forma de regularizar o fornecimento aos postos de carregamento.

ONDE ABASTECER?

É possível e mais cômodo abastecer o carro elétrico, durante o tempo em que ele fica parado. Em casa, utiliza-se uma tomada como as usadas para ar-condicionado, por serem mais robustas e não desgastarem com tanta facilidade. São necessárias cerca de 8 horas para “encher o tanque”. Já nos postos de carga rápida, com alta voltagem, em 15 minutos é possível carregar 80% da bateria.

Os postos de recarga brasileiros foram, em sua maioria, instalados em parceria com montadoras que querem fomentar o mercado de elétricos no país. Alguns shoppings e complexos empresariais oferecem vagas exclusivas para os clientes, como cortesia. Mas a procura ainda é tímida.

Os usuários também podem contar com a ajuda da tecnologia para encontrar um ponto de recarga. O aplicativo Plugshare (<http://plugshare.com>) indica os postos de carregamento em operação no mundo.

Na oficina

A eletrificação é uma inovação disruptiva e trará para o setor de reparação automotiva novos desafios. O primeiro, gerado pela complexidade tecnológica, exigirá do reparador um elevado nível de investimento em conhecimento e novos equipamentos. O segundo, diante do risco de acidente provocado pela alta tensão que move os veículos eletrificados, obrigará os técnicos e as empresas a cumprirem à risca rigorosos procedimentos de segurança, dispostos na norma regulamentadora NR-10 do Ministério do Trabalho, que abrange todas as

VEÍCULOS ELÉTRICOS POSSUEM 80% A MENOS DE PEÇAS MÓVEIS E 54% A MENOS DE PEÇAS DE DESGASTE.



VEÍCULOS CONVENCIONAIS

PEÇAS MÓVEIS
149

PEÇAS DE DESGASTE
24

VEÍCULOS ELÉTRICOS

PEÇAS MÓVEIS
24

PEÇAS DE DESGASTE
11



Fonte: Anfavea

fases de transformação de energia elétrica e os trabalhos realizados com eletricidade.

O negócio

O mais impactante para o negócio de reparação automotiva é o número bastante reduzido de componentes que necessitam de reparo e manutenção nesse tipo de veículo. Com 80% a menos de peças móveis e 54% a menos de peças de desgaste, os elétricos têm um custo de manutenção 35% inferior ao de um carro com motor de combustão interna, de acordo com um estudo recente.

Será necessário, por outro lado, elevar o valor da mão-de-obra para cobrir os custos com profissionais mais qualificados e considerar a redução no faturamento de peças. Além disso, haverá uma diminuição brusca nas visitas às concessionárias, pois os intervalos entre as revisões dos elétricos são mais espaçados.

A FCA

A Fiat e Maserati podem estar perto de contar com veículos totalmente elétricos. Ao menos é o que espera o CEO do grupo FCA, Sergio Marchionne. Para o executivo, a ideia de modelos livres de emissões casa perfeitamente com as linhas de produtos das duas marcas. Vale lembrar que a Fiat possui uma versão elétrica do 500, que é vendida somente na América do Norte.

Marchionne disse à Bloomberg que sempre viu o modelo econômico da Tesla como algo que a FCA poderia replicar. O executivo considera interessante a ideia de usar um dos veículos do grupo de maneira experimental para o projeto. No entanto, o plano só deverá sair do papel depois de 2019, quando é esperada a aposentadoria do CEO do grupo.

Jeep e Ram marcam presença na Agrishow 2018

Entre 30 de abril e 4 de maio, as marcas Jeep e Ram estiveram presentes entre os expositores da 25ª Agrishow, a maior feira de tecnologia agrícola da América Latina, realizada em Ribeirão Preto, São Paulo.

Os visitantes da feira tiveram a oportunidade de conhecer vários modelos das marcas, como Ram 2500 Laramie, Renegade Trailhawk, Renegade Longitude, Renegade Night Eagle, Compass Limited, Compass Sport, Compass Longitude, Wrangler Unlimited 4x4 e Grand Cherokee Limited. O estande contou também com lojas da Jeep Gear e Ram Store, onde visitantes puderam adquirir produtos.

Outra atração foi a pista de test-drive com obstáculos, montada pela FCA para Jeep e Ram. Além de mata-burro, havia locais para testes de inclinação lateral, rigidez torcional, controle de assistência em subida e descida, curso de suspensão e controle de tração.



Segundo os organizadores da Agrishow 2018, o evento contou com um público de cerca de 150 mil pessoas, de 70 países. O movimento em negócios foi estimado em R\$ 2,7 bilhões, com aumento de 22,7% em relação a 2017.

Participe da Pesquisa Fenabreve de Relacionamento com as Marcas

A 23ª Pesquisa Fenabreve de Relacionamento com as Marcas já está disponível, desde o dia 14 de maio, para a participação das Concessionárias. O questionário deverá ser respondido até 15 de junho, por meio do site www.scheuerconsultoria.com.br, com garantia de total confidencialidade às respostas. Para que os resultados possam refletir de forma efetiva a parceria com a montadora e a Associação de Marca e contribuir para o aprimoramento dos negócios, é importante a adesão de todos os Dealers à pesquisa.

Como nos anos anteriores, a pesquisa também será a base para a definição dos vencedores dos Prêmios Marca do Ano e Associação de Marca do Ano, nos segmentos automóveis e comerciais leves, motos, caminhões e ônibus, implementos rodoviários, tratores e máquinas agrícolas. A divulgação dos resultados consolidados e a premiação serão realizados na abertura do 28º Congresso e ExpoFenabreve, na manhã do dia 7 de agosto, no Expo Center Norte, em São Paulo.

A primeira parte da pesquisa abrange 25 questões sobre temas importantes relacionados ao dia a dia operacional das Concessionárias. De acordo com a

"Pesquisa Fenabreve, a voz do concessionário"

Sua opinião é muito importante! Participe agora mesmo!



Ativar o Windows
Acesse Configurações para ativar o Windows

Scheuer Consultoria, que coordena o trabalho, o objetivo é avaliar a postura dos Dealers na condução do negócio em parceria com a montadora, mensurando seu nível de satisfação com a capacidade de gerar resultados e fidelizar o cliente à marca.

A avaliação do trabalho das Associações de Marca compõe a segunda parte da pesquisa, contribuindo para a identificação de pontos fortes e de aspectos a melhorar no seu relacionamento com suas respectivas Redes. Os resultados poderão servir como base para orientar ações visando ao aprimoramento dessa parceria. Na terceira parte, são apresentadas algumas questões específicas relacionadas a cada segmento.

No segmento de automóveis e comerciais leves, a pesquisa é direcionada para as Redes representadas pelas 23 Associações filiadas à Fenabreve, entre elas a ABRADIC.

Jeep roda na trilha do The Rolling Stones

No dia 17 de maio, a Jeep embarcou em uma emocionante aventura do rock, que percorrerá diversas cidades da Europa até 8 de julho. Como patrocinadora oficial da turnê 2018 "Stones – No Filter", a marca estará ao lado de Mick Jagger, Keith Richards, Charlie Watts e Ronnie Wood.

Serão realizados 14 shows, em cidades do Reino Unido, Alemanha, França, República Tcheca e Polônia. Em todos os eventos, a linha Jeep ganhará destaque, em áreas especiais, atraindo os fãs para o mundo do rock e dos utilitários esportivos icônicos e oferecendo uma experiência de marca empolgante, tanto no local quanto em mídias sociais.

A parceria entre a Jeep e The Rolling Stones começou em 2014, com a turnê europeia "14 On Fire", reunindo dois símbolos com muito em comum. Os Stones revolucionaram a música rock com seu inconfundível som e estilo, enquanto a Jeep, há mais de 75 anos, inspira a mais autêntica expressão de liberdade e aventura automobilística.



COMPRE E VENDA SEU CARRO EM



Autoline
.com.br

Compass e Renegade foram os SUVs mais vendidos em abril

O Renegade subiu para a primeira posição no volume de emplacamentos do segmento SUV B, em abril, com 4.462 unidades, 4,94% acima das 4.252 registradas em março. Em Market Share, evoluiu de 15,34% para 17,63%, ocupando o terceiro lugar. Já o segmento apresentou redução de 8,68%, passando de 27.707 veículos emplacados para 25.303.

De janeiro a abril deste ano, o Renegade avançou 12,51% em volume de vendas, somando 13.426 emplacamentos, ante 11.933 no mesmo período de 2017. Por outro lado, sua participação de mercado recuou de 17,32% para 14,48%. Ao mesmo tempo, o segmento SUV B cresceu 34,58%, saindo do patamar de 68.867 unidades emplacadas para 92.682.

O Compass encerrou abril na liderança absoluta do segmento SUV C, com participação de mercado de 51,10%, acima dos 48,96% de março. Foram 4.606 emplacamentos, 0,88% a menos do que os 4.647 alcançados no mês anterior. No segmento, houve queda de 5,04%, com um total de 9.013 veículos emplacados, ante 9.491 em março.

Nos primeiros quatro meses deste ano, o Compass apresentou alta de 28,03%, com 17.584 emplacamentos. No mesmo período de 2017, foram 13.734. Apesar do aumento do volume, em Market Share,

houve redução de 53,25% para 51,69%. O segmento SUV C cresceu 31,90%, passando de 25.787 unidades emplacadas para 34.014.

Com o Compass e o Renegade destacando-se como os SUVs mais vendidos em abril, a marca Jeep prosseguiu na liderança do segmento. Considerando sua presença no SUV B e SUV C, encerrou o mês com 26,42% de participação de mercado, pouco abaixo dos 27,14% alcançados em abril de 2017. No total, somou 9.068 emplacamentos, superando os 6.685 do mesmo período do ano passado.

Mercado nacional

O mercado de automóveis e comerciais leves manteve a trajetória de crescimento, em abril, com 209.995 emplacamentos. Esse desempenho foi 4,95% superior ao de março, quando o volume chegou a 200.101. Na comparação com abril de 2017, período em que foram emplacadas 152.357 unidades, a elevação alcançou 37,83%, de acordo com dados da Fenabrave.

A participação dos SUVs no mercado total passou de 18,59%, em março, para 16,34%, em abril. No SUV B, reduziu-se de 4,74% para 4,29%. Enquanto isso, o SUV C registrou retração de 13,85% para 12,05%.

