

ESPECIAL

GESTÃO DE FROTAS



Jose Manuel Ribeiro/Reuters

Futuro da mobilidade urbana é mais verde e ligado em rede

O transporte urbano está a atravessar um período de transformação acelerada, com implicações para empresas e consumidores individuais. A promessa de aumento constante da procura e o aparecimento de novas formas de mobilidade, potenciadas pelas novas tecnologias, estão a definir o que será o futuro. | P4

ACAP: mercado automóvel português está a crescer, mas mais lentamente

| P2

Forúm: protagonistas do sector fazem um balanço sobre o presente e expectativas de desenvolvimento

| P6

MERCADO AUTOMÓVEL

Mercado está a crescer, mas a um ritmo cada vez mais lento

Os últimos cinco anos têm sido de crescimento para o mercado automóvel português, mas a um ritmo cada vez mais lento. O presidente da ACAP afirma que tal se deve à estabilização do mercado, tendência que continuará nos próximos anos.

JOSÉ MACÁRIO

jmacario@jornaleconomico.pt

Sempre a crescer nos últimos cinco anos, o mercado automóvel nacional tem apresentado uma diminuição das percentagens de variação homóloga. Hélder Pedro, presidente da ACAP, afirma que este é um sintoma da estabilização do mercado e prevê que, nos próximos anos, o crescimento será sempre abaixo dos dois dígitos.

Apesar de a crise financeira datar de 2008, foi apenas em 2011 que o mercado iniciou um período descendente. Nesse ano foi registada a venda de 188.367 veículos ligeiros, uma variação homóloga negativa de 30%. Apesar de mau, o cenário pioraria no ano seguinte. Foi em 2012 que o mercado “bateu no fundo”, com apenas 111.320 unidades comercializadas, valor que representou uma descida de 40,9% face ao ano anterior e que acabaria por se cifrar como o pior dos últimos 27 anos, ficando muito perto do registado em 1985, ano em que o mercado nacional de automóveis novos não foi além das 11.553 unidades.

Desde então o mercado tem revelado continuados sinais de crescimento. O ano de 2013 marcou o início desta recuperação, primeiro de forma mais tênue (crescimento homólogo de 11,5%), mas nos dois anos seguintes de forma mais acentuada (36,1% em 2014 e 23,9% em 2015). Em 2016 registou-se novo abrandamento no ritmo a que o mercado cresceu, para uma variação homóloga positiva de 15,7%, estando, atualmente, a verificar-se um crescimento de 8,7%, face aos primeiros oito meses de 2016, tendência que se deverá manter até ao final deste ano, pois o mercado de veículos ligeiros de Portugal não deverá registar um crescimento superior a dois dígitos até ao final do ano.

Quem o afirma é Hélder Pedro, presidente da ACAP, a Associação do Comércio Automóvel de Portugal, que também explica que o continuado abrandamento do



Hélder Pedro acredita que o mercado automóvel vai continuar a crescer, mas sempre “abaixo dos dois dígitos”

O menor ritmo de crescimento do mercado nacional de automóveis revela a estabilização nos valores habituais

O recente Salão de Frankfurt foi mostra da crescente importância que os elétricos têm no mercado

crescimento do mercado revela “que o mercado está com uma tendência de estabilização”, ao contrário do que aconteceu em 2014 e 2015, em que se estava “a recuperar o que havia sido já perdido em 2012”. É nesse sentido que Hélder Pedro prevê que o comportamento do mercado em 2018 será de continuada estabilização, “em valores próximos dos de 2017 e 2016”.

Futuro de crescimento moderado

Depois de um ano de 2012 de grande retração, com empresas e particulares a adiarem os seus investimentos e compras, foi a re-

cuperação económica das empresas registada no segundo semestre de 2013 o principal motor para a recuperação do mercado automóvel, através da reposição e renovação das frotas empresariais.

Neste particular, Hélder Pedro dá destaque ao setor do turismo, que nos últimos anos tem crescido muito e “contribuído bastante para o setor automóvel”, como afirma o presidente da ACAP, que refere que as vendas às rent-a-car representam atualmente 25% do mercado automóvel, fator revelador da “dinâmica deste setor”. Considerando que “as empresas já repuseram e renovaram as suas

ELÉTRICOS CRESCEM MAIS, MAS VALEM MENOS

O mercado de elétricos tem vindo a ter uma evolução muito favorável, registando nos primeiros seis meses do ano um crescimento na ordem dos 100%, “o que é magnífico”, afirma Hélder Pedro, que ressalva que, “entre elétricos e híbridos, estes modelos não representam ainda sequer 4% do mercado”.

Por isso, o presidente da ACAP acredita que este segmento terá ainda “de fazer o seu percurso”, mas afirma não haver razão para não acreditar que as vendas possam diminuir. Primeiro, tendo em atenção “o crescimento homólogo de 100% que já referi”; depois porque esta é também uma aposta forte da indústria. Basta ver que o recente Salão de Frankfurt teve uma mostra enorme de novos modelos nesta área, entre elétricos puros, híbridos plug-in e outras motorizações ditas alternativas. Esta é, aliás, “uma tendência que acreditamos se manterá nos próximos anos”, afirma o presidente da ACAP.

Mas Hélder Pedro nota que, “como a ACAP tem referido”, a infraestrutura é fundamental para implementação destes veículos. A este respeito, o responsável faz menção da aposta do governo nesta área, através da instalação de novos carregadores e de carregadores rápidos na principais vias, classificando esta aposta como “positiva” e como “sinal da crescente importância que este segmento terá nos próximos anos”.

frotas”, as previsões da ACAP para este segmento do mercado não divergem das do geral do mercado: estabilidade.

“Tudo indica que o desemprego continuará a baixar, tal como os indicadores de confiança permanecerão em valores positivos e a questão da subida do rating se repercutirá na atividade da banca”, afirma Hélder Pedro quando questionado sobre as perspetivas de crescimento do mercado para os próximos anos. Assim, e se se mantiver o cenário macroeconómico atual, a ACAP espera uma evolução positiva para o mercado, “mas sempre abaixo dos dois dígitos”. ●

Foto cedida

SIVA

www.facebook.com/PTAudi



Audi A5 Sportback por 599€/mês

O sonho da inteligência artificial



Audi Renting

Em Renting para um Audi A5 Sportback 2.0 TDI S tronic 190 CV SP com tudo incluído. Exemplo a 60 meses e 85.000km, com Manutenção, Seguro (danos próprios 4% franquia), IUC, IPO, Linha de Apoio ao Condutor e Assistência em Viagem 24 horas. Pneus e Viatura de Substituição opcionais. Preço com IVA incluído sob a Marca registada "Audi Financial Services", comercializado por Volkswagen Renting Unipessoal, Lda. Serviço de seguro fornecido por companhia de seguros identificado no processo de contratação. Campanha válida até 30 de Setembro.



Consumos (l/100km): 4,3 - 4,7
Emissões de CO₂ (g/km): 112 - 124

Audi Na vanguarda da técnica

TRANSPORTE URBANO

Futuro da mobilidade é elétrico, partilhado e ligado em rede

Tendências de evolução da mobilidade urbana apontam para uma rede de serviços com características específicas. Parte da oferta já existe e está em crescimento, em cidades como Lisboa.

RICARDO SANTOS FERREIRA
rsferreira@jornaleconomico.pt

O futuro da mobilidade urbana passará por um serviço, elétrico, limpo, partilhado e conectado. E deverá ser, também, autónomo. Estas são as tendências de evolução que temos de ter em conta quando olhamos para a frente no tempo. Alguns destes movimentos são já perfeitamente visíveis na oferta que empresas e consumidores individuais têm hoje em diversas cidades, como Lisboa.

A mobilidade é uma necessidade básica, mas dado o desenvolvimento verificado – especialmente das áreas urbanas – e o enquadramento do transporte, são poucos os locais em que é possível satisfazer as aspirações dos habitantes de terem acesso a uma forma rápida, segura, limpa e comportável de se deslocarem. Um estudo da Organização das Nações Unidas (ONU) indica que a densidade urbana média deverá aumentar nos próximos anos – hoje, 54% da população mundial vive em áreas urbanas; em 2050, calcula-se que sejam dois terços. Em 2014, viviam nas zonas urbanas 3,9 mil milhões de pessoas; até 2050, juntar-se-ão outros 2,5 mil milhões. Ao aumento do número de pessoas, junta-se a forma como encaramos o transporte, por exemplo, com o advento das compras à distância, que fizeram crescer o número de encomendas – um estudo feito pela consultora Accenture aponta que o mercado global e correio expresso quase duplicará, entre 2008 e 2020, atingindo 343 mil milhões de dólares (cerca de 292 mil milhões de euros).

A concretização destas tendências significa uma sobrecarga para as atuais redes de sistemas de transporte, que já enfrentam um esforço significativo. Para comparação, o número de habitantes em zonas urbanas era, em 1950, de 750 milhões. O crescimento tem consequências na gestão do tempo – a Inrix estudou 240 cidades norte-americanas e calculou que, em média, os habitantes perdem 42 horas por ano nas viagens entre



Rafael Marchante/Reuters

casa e o local de trabalho; na saúde, devido aos acidentes rodoviários, à poluição e à tensão gerada pelos congestionamentos de tráfego; no meio ambiente, com a poluição gerada pelos motores de combustão interna; no investimento em infraestruturas e em veículos; e na gestão do espaço, devido à necessidade de vias e de locais de parquea-

A densidade urbana média deverá aumentar nos próximos anos - hoje, 54% da população mundial vive em áreas urbanas; em 2050, calcula-se que sejam dois terços

mento para um crescente número de veículos.

Lisboa como exemplo

Em Lisboa, temos visto o aumento constante das áreas de estacionamento pago e a concretização de obras com o objetivo de limitar a circulação automóvel, por forma a desincentivar a utilização de veículos particulares.

Ao mesmo tempo, as autoridades incentivam formas alternativas de mobilidade, nomeadamente caminhar e andar de bicicleta, alargando passeios e definindo vias exclusivas para velocípedes. E apertam a malha à emissão de poluentes, através da taxação da utilização de motores mais poluentes e, mesmo, colocando entraves à circulação de automóveis com tecnologias mais antigas e, por isso, mais poluentes.

Ao mesmo tempo, vemos a emergência de modelos alternativos, possibilitados pelo desenvol-

vimento tecnológico. Primeiro, a chegada ao mercado de empresas de transporte a pedido – Uber, Cabify, etc –, que obrigou à alteração do enquadramento legal, que não previa este tipo de serviço. Depois, o investimento de grandes empresas no negócio de carsharing – DriveNow, Citydrive, etc. Para termos uma ideia da evolução do negócio, Nico Gabriel, CEO da DriveNow, a plataforma de carsharing que em Lisboa junta os esforços da Brisa, BMW e Sixt (uma das maiores empresas mundiais de aluguer de automóveis), na Alemanha, mercado de origem da empresa, passou de cerca de 20 mil clientes em 1997 para uma estimativa de 1,7 milhões de clientes no presente exercício; a procura pela partilha de automóvel por parte dos alemães multiplicou-se por 86 vezes em pouco mais de 20 anos.

Paralelamente, assistimos a uma corrida dos construtores de automóveis para oferecerem soluções

baseadas em energia elétrica que cumpram, por um lado, a legislação, e, por outro, as necessidades manifestadas pelo mercado, que quer transporte mais limpo, mas com qualidade e segurança. Sinal da evolução neste domínio é o facto de o custo de uma bateria de iões-lítio ter caído 65% entre 2010 e 2015, segundo um estudo da consultora McKinsey; ao mesmo tempo, a autonomia aumentou de forma significativa.

Toda esta envolvente, em conjunto – e com a utilização de novas tecnologias –, poderá levar a que, no futuro, a gestão seja feita por rede de transportes, independentemente do tipo de veículos que as integram. Ou seja, em vez de termos carro próprio, adquirimos um serviço, o acesso a uma rede que incluirá autocarros, metropolitano, carsharing ou veículos conduzidos (autónomos ou com motorista), consoante as necessidades e os objetivos no momento. ●

A CONDUZIR O CAMINHO DA MOBILIDADE EM PORTUGAL



25 ANOS DE SUCESSO AO SEU LADO!

DESDE A ABERTURA EM PORTUGAL, A ALD AUTOMOTIVE É RECONHECIDA NO MERCADO PELA **PROXIMIDADE** NAS SUAS **RELAÇÕES**, PELA **EXCELÊNCIA** DOS SEUS **SERVIÇOS** E PELA **ESTRATÉGIA** DE **INOVAÇÃO** E **SUSTENTABILIDADE**.

ALDAUTOMOTIVE.PT

LET'S DRIVE TOGETHER



PONTO DE SITUAÇÃO DE UM MERCADO EM TRANSFORMAÇÃO

A mobilidade urbana está a atravessar uma fase de transformação acelerada e prova disso são os novos produtos e serviços que são disponibilizados ao mercado e todos aqueles que vão constituir a oferta no futuro. Podemos dizer que os constrangimentos que se podem detetar são apenas o processo de adaptação - especialmente dos consumidores - a um mercado em evolução. O Jornal Económico falou com três agentes do sector, para perceber o presente e o que nos poderá trazer o período de mudança que estamos a viver. Independentemente do desenvolvimento tecnológico, uma coisa é certa: o futuro continuará a depender das escolhas que fazem os clientes.

1 QUE FATORES PESAM MAIS NA DECISÃO DE ESCOLHA DE UMA MARCA/MODELO AUTOMÓVEL?



NUNO JACINTO
Diretor Comercial Corporate
ALD Automotive

1 – No caso das frotas e na seleção de veículos, a ALD Automotive trabalha diariamente soluções, que avaliando todos os itens que constituem uma renda, permitem aos nossos clientes otimizar custos e manter valores equilibrados de rendas. A adequabilidade das viaturas às reais necessidades racionalizando custos, uma contratação de serviços exigente e eficiente, a escolha do melhor binómio prazo/quilometragem e a centralização dos serviços, num controlo tecnicamente exigente, com serviços a preços negociados, geridos

2 A ESCOLHA DE AUTOMÓVEIS ELÉTRICOS É JÁ UMA OPÇÃO?

por especialistas de forma integrada, garantem o custo mais baixo. Hoje o cliente deverá ter uma visão e controlo sobre a sua frota em função dos alertas e sugestões enviados pela gestora de frota, como exemplo, optar por modelos mais económicos e analisar os alertas de utilização intensiva de pneus, travões, consumo de combustível excessivo e que podem disparar gastos em manutenção, etc..

2 – Este é sem dúvida um tema que tem estado na ordem do dia, não na questão da substituição das marcas premium por marcas generalistas, mas sim na substituição de tipologias de combustíveis, por diferentes opções como gasolina, elétricas e híbridas no mercado nacional. Em termos de tendência podemos referir que tem havido uma evolução positiva no mercado automóvel português, mas, ao contrário do que aconteceu com os clientes particulares, esse reflexo do aumento da procura por veículos a gasolina, elétricos ou híbridos não foi ainda expressivo no mercado frotista.

3 – Facilmente enumeramos 3 pontos que de alguma forma influenciam a evolução da oferta de serviços na

3 QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS CONSTRANGIMENTOS IDENTIFICADOS NA EVOLUÇÃO DA OFERTA DE SERVIÇOS DE GESTÃO DE FROTAS?

gestão de frotas e gestão da mobilidade. O primeiro é essencialmente na aceitação destes novos serviços, nomeadamente de mobilidade alternativa que nem sempre é fácil e imediata. Existe um grande trabalho de evolução de mentalidades que tem que ser feito no nosso país. Por parte da ALD Automotive, mantemos o nosso investimento em tecnologia para que estas soluções sejam possíveis. Estamos preparados, temos um leque de novos serviços para oferecer, estamos aptos a responder aos novos desafios de mobilidade, mas o mercado tem também que acompanhar e responder a esta nova tendência. O segundo é referente à exponencial evolução tecnológica, o desafio da era digital em que vivemos, com o consumidor a procurar cada vez mais informação online, que lhe permita ter conhecimento e que possibilite uma consulta ou decisão na hora, nomeadamente através do seu smartphone. Por fim, há que mencionar os elevados constrangimentos no que respeita à proteção de dados.

4 – Acreditamos que mais cedo ou mais tarde algumas medidas serão tomadas nas cidades portuguesas à

4 AS QUESTÕES RELACIONADAS COMO A MOBILIDADE ESTÃO/VÃO INFLUENCIAR A GESTÃO DE FROTAS?

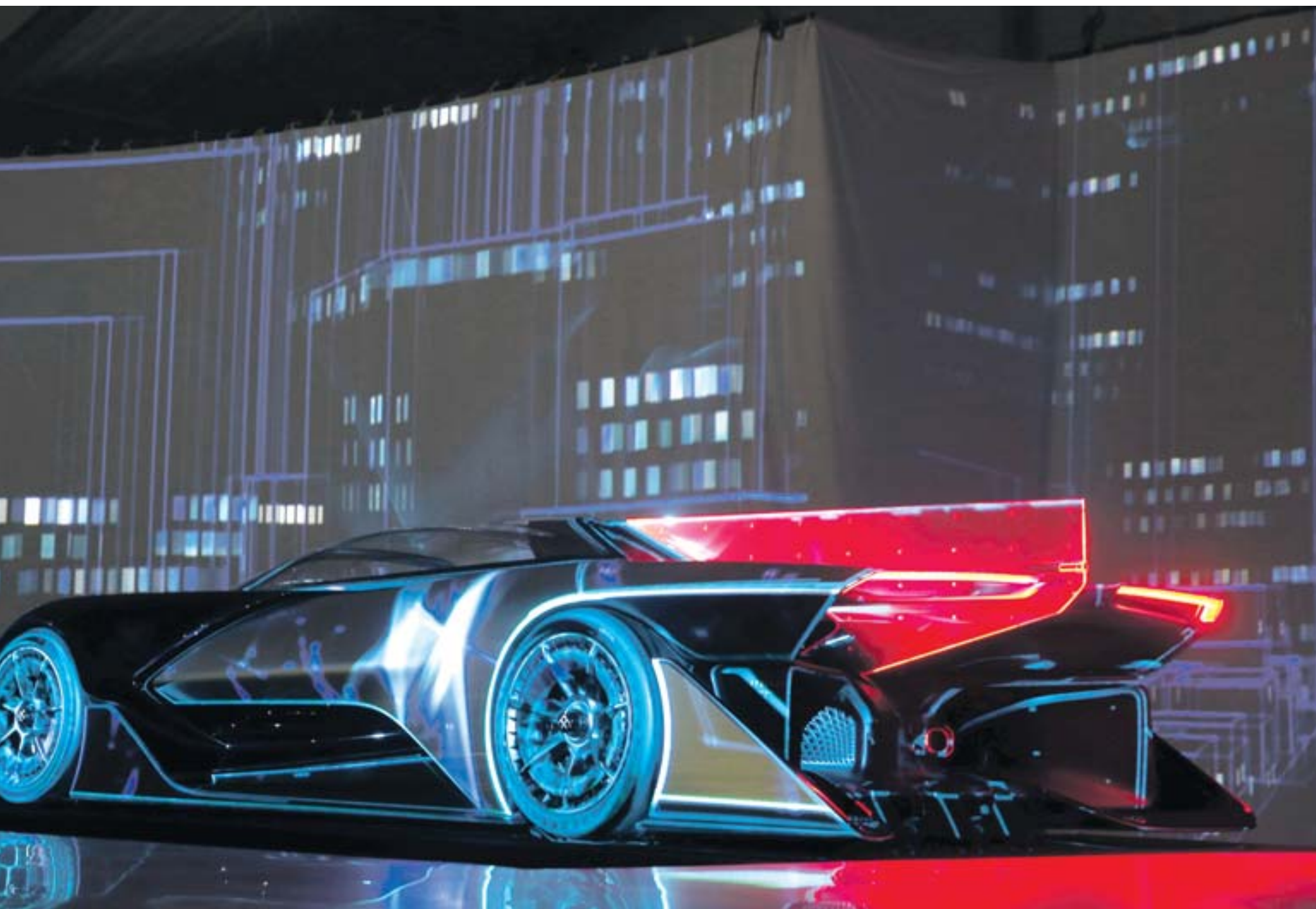
semelhança do que está acontecer nas principais cidades europeias. No entanto, convém não esquecer que Portugal é por exemplo um país com forte predominância dos motores Diesel e que uma proibição total e/ou imediata destes motores no centro de algumas cidades poderá condicionar grande parte dos cidadãos. Obviamente que medidas que condicionem a vida diária de uma cidade em termos de mobilidade influenciarão também o mercado de gestão de frotas. Tem havido uma evolução positiva no mercado automóvel português, mas, ao contrário do que aconteceu com os clientes particulares, esse reflexo do aumento da procura por veículos a gasolina não foi ainda expressivo no mercado frotista. Seria aconselhável que Portugal procurasse seguir exemplos de sucesso e de incentivos governamentais que já existem noutras cidades, à imagem do que se passa nos países nórdicos, por exemplo. Se assim for, estamos seguros que modelos híbridos e Plug-in serão cada vez mais expressivos nas frotas sem prejudicar o valor dos modelos atuais com motor Diesel, sendo a forma mais eficiente e positiva de caminhar rumo a um futuro mais limpo em termos de emissões.



PEDRO PESSOA
Diretor Comercial
da LeasePlan Portugal

1 – Entre os principais fatores, podemos desde logo destacar o custo total de utilização (TCO) e a renda mensal associada ao veículo. Também as necessidades ligadas à função poderão influenciar a escolha de uma marca/modelo automóvel.

2 – Sentimos que a procura por motores elétricos, híbridos e especialmente os híbridos plug-in (que têm baterias com maior capacidade e uma ligação para as recarregar por ficha) têm vindo a aumentar, ainda que de forma



Steve Marcus/Reuters

gradual. O foco das empresas na sustentabilidade é cada vez maior e este caminho é confirmado pelas marcas automóveis, que têm vindo a apostar cada vez mais na oferta deste tipo de veículos.

Na LeasePlan temos a ambição de ter todos os nossos colaboradores a conduzir automóveis elétricos até 2021. Através do nosso exemplo queremos incentivar outras empresas a fazer o mesmo: fazer a transição para uma frota elétrica é uma das maneiras mais fáceis para as empresas reduzirem as suas emissões e ajudarem a combater as mudanças climáticas. Neste sentido, a LeasePlan está totalmente empenhada em apoiar outras empresas que queiram fazer essa mudança.

3 – Não vemos constrangimentos. A oferta tem evoluído à medida das necessidades dos clientes e é cada vez mais abrangente, por forma a proporcionar uma experiência de renting personalizada, completa e sem complicações. No caso da LeasePlan Portugal, posso dar o exemplo de serviços como o SafePlan, um programa de prevenção rodoviária que dá resposta às preocupações das

empresas com a segurança dos seus condutores, reduzindo ainda os custos com sinistros. De destacar ainda a LeasePlan Telematics, um dispositivo que, ao estar instalado no veículo, permite ao gestor acompanhar e gerir com mais eficiência os indicadores da sua frota.

4 – Sem dúvida. O cenário da mobilidade está a mudar rapidamente – desde a ascensão da economia de partilha (car sharing, ride hailing), ao desenvolvimento de carros sem condutor, à transição para veículos com baixas emissões, entre outros.

Todas estas tendências estão a combinar-se para criar um novo paradigma de mobilidade no qual o modelo tradicional de buy-to-drive está a ser complementado por uma variedade de soluções on-demand da mobilidade como um serviço. O futuro assegura novos tipos de frotas, como frotas de veículos autónomos, em áreas urbanas geridas por entidades públicas ou num modelo de gestão partilhado. Além disso, o processo de compra ou aluguer de um carro está a tornar-se mais digital.



RICARDO TOMAZ
Diretor de Comunicação SIVA

1 – No mercado de particulares, o preço e a imagem da marca são determinantes na escolha. No caso das empresas, as motivações são essencialmente financeiras, sendo o custo total de utilização (TCO) o principal critério. Este custo abrange diversas dimensões como o preço e o valor residual. Mas, mesmo no cliente empresarial, e no caso do utilizador -decisor, a imagem de marca é sempre determinante.

2 – O mercado da mobilidade elétrica (incluindo os híbridos “plug-in”) vai ter um crescimento notável

nos próximos 5 anos, graças ao aumento da autonomia dos veículos e à crescente facilidade e rapidez de carregamento. Sobretudo para as empresas - que têm inúmeros benefícios fiscais (IVA dedutível, isenção de tributação autónoma por ex), trata-se de uma opção muito válida, por via do impacto que tem nos custos de utilização (cerca de 1/3 dos custos de um veículo convencional).

3 – No caso da mobilidade elétrica, a oferta deve passar por novos serviços que integrem o custo do veículo, do carregamento e de soluções alternativas de mobilidade em produtos de renting competitivos.

O carregamento das frotas de veículos de serviço pode ser uma barreira à utilização se restringir a mobilidade dos utilizadores. Em Portugal, caminhamos no bom sentido em termos de infraestruturas (corredores de postos rápidos) neste aspeto, o que contribui para criar um contexto “psicológico” positivo.

4 – Sem dúvida que as frotas do futuro serão elétricas e, em parte, autónomas. Até que isso aconteça,

e o contexto legal/fiscal vai acelerar essa evolução, as empresas têm à sua disposição soluções modernas como os híbridos “plug-in”, os quais não têm limitações de autonomia mas beneficiam de incentivos fiscais muito relevantes. Por isso permitem começar a preparar a transição para o “todo-elétrico” do futuro, quer em termos de gestão de frotas, quer na mudança de hábitos dos seus utilizadores.

FlexiPlan

A liberdade de
uma relação
passageira, mas
com o parceiro
de sempre.



LeasePlan

FlexiPlan é o aluguer automóvel de curta duração para clientes LeasePlan. Para reforçar a mobilidade do seu negócio sempre que precisar, desde 1 dia a 24 meses.

E com todas as vantagens de ser LeasePlan. Um conjunto de serviços que o liberta de toda a carga administrativa. O conforto de contar com um parceiro único para a gestão dos seus veículos. E a experiência de quem está em mais de 30 países, há mais de 50 anos.

Quer ter carro pelo tempo que precisar - e nem mais um minuto? Vá a www.leaseplan.pt ou **ligue 707 20 20 20**. E descubra como o FlexiPlan casa bem com o seu negócio.

What's next?

leaseplan.pt