

GESTÃO DE FROTAS

Telemática já conduz futuro das frotas

A telemática tem vindo a conquistar a atenção dos gestores de frotas e a sua própria evolução começa a espelhar a clara aposta de quem procura sincronizar gestão em tempo real e eficiência.

SÓNIA BEXIGA

sbexiga@jornaleconomico.pt

Em 2025, haverá 104 milhões de novos carros com alguma forma de conectividade. Nesse ano, não tão longínquo assim, estima-se que a penetração da telemática ronde os 88%, tendo em conta o universo de carros novos. Um cenário que se explica a si mesmo quando pensamos, por exemplo, na crescente importância dos smartphones e da legislação sobre condução segura, assim descreve este universo da telemática a especialista nestas soluções, Cartrack, citando um estudo recente da EY. Segundo os especialistas, vivemos atualmente a nova era da telemática - a 4.0. Ou seja, o sistema do veículo passa a estar integrado com o smartphone, através de uma ligação web, a qual permitirá ter acesso a um conjunto de funciona-

De entre o vasto leque de vantagens que a telemática 4.0 proporciona, particularmente às empresas, destacam-se a possibilidade de receber alertas quando se aproxima a data de inspeções ou revisões; o poder localizar permanentemente o veículo via GPS, bem como o de contabilizar os quilómetros feitos diariamente, por semana ou por ano; obter informações em tempo real da velocidade do veículo, assim como avisos em caso de excesso de velocidade.

Acrescem ainda vantagens como conseguir reduzir o tempo necessário para a localização de cargas ou de veículos quando as condições climatéricas dificultam este processo; e ainda saber o consumo e custo do combustível a ser utilizado.

Por outro lado, será igualmente possível enviar alertas em tempo real contra roubos ou uso não autorizado; emitir avisos automáticos em caso de colisões, seguido de um sinal com localização exata do acidente; monitorizar diariamente a utilização de cada veículo; e notificar o condutor quando é necessário fazer pausas em viagens de lon-

ga distância

Nota ainda para o facto de visar facilitar o trabalho dos técnicos, uma vez que estes dispõem antecipadamente de todas as informações necessárias, o que lhes permite dar uma resposta mais segura e rápida.

Privacidade a salvo

Dar resposta às crescentes necessidades de informação que os clientes procuram para a gestão diária dos seus veículos foi o grande motivo pelo qual a LeasePlan lançou recentemente uma solução própria de telemática.

"Com a LeasePlan Telematics as empresas poderão acompanhar o desempenho da sua frota, através de métricas e relatórios detalhados que podem ser consultados no PC ou smartphone", explica Pedro Pessoa, diretor comercial da Lease-Plan Portugal.

Deste modo, acrescenta, os condutores podem otimizar as suas rotinas diárias e verificar se a sua condução é segura e amiga do ambiente.

Por outro lado, o gestor tem uma visão geral de tudo o que afeta a produtividade da sua frota. Em suma, com esta solução, as empresas poderão poupar combustível, otimizar os custos com seguros, aumentar a produtividade da frota e ainda garantir a segurança dos seus condutores.

"Esta ferramenta é uma mais-valia para alcançar uma gestão de frotas ainda mais eficiente, produtiva e ecológica. Com a *LeasePlan Telematics* as empresas poderão poupar combustível, otimizar os custos com seguros, aumentar a produtividade da frota e ainda garantir a segurança dos seus condutores", frisa o responsável.

Certa de que o mercado está claramente recetivo a estas soluções, elucida ainda que disponibiliza duas modalidades, adaptadas à legislação em vigor, que têm em conta o tipo de utilização dos veículos: *Telematics Basic* e a *Telematics Plus*. A diferença entre ambas está relacionada com os serviços de localização, que apenas estão

44

Com a LeasePlan
Telematics as
empresas poderão
acompanhar o
desempenho da sua
frota, através de
métricas e relatórios
detalhados que podem
ser consultados no PC
ou smartphone",
explica Pedro Pessoa,
diretor comercial da
LeasePlan Portugal

disponíveis na Telematics Plus. Mesmo nesta última modalidade, o condutor tem a possibilidade de ativar a opção de "privacidade", quando já não está em horário laboral.

A título de exemplo, a LeasePlan partilha o caso do Instituto Tecnológico do Gás, que implementou a modalidade Plus da LeasePlan Telematics".

Segundo Sandra Barreiros, diretora da Qualidade e Recursos Humanos do Instituto Tecnológico do Gás, depois de um projeto-piloto bem sucedido, importa reter que "sendo uma decisão pouco popular junto da maioria dos colaboradores, a implementação do sistema de telemática veio responsabilizar cada colaborador pela utilização da viatura, respeitando sempre a regra da privacidade". Sobre esta solução salienta ainda que é de uso intuitivo, permite a consulta do histórico de locais onde a viatura esteve (importante na resolução de algumas situações de reclamação), bem como a consulta em tempo real, "uma mais-valia para prestar informação ao cliente ou agendar serviços de última hora", remata.

Imposições legais são entrave

No clima económico atual, gerir uma frota de veículos é uma tarefa dinâmica. As empresas querem ver os seus custos e riscos reduzidos, e procuram um controlo de gestão mais rigoroso e uma melhoria de servicos contínua.

Quem o afirma é Patricia Sanches, responsável de Marketing e Comunicação da ALD Automotive, empresa que também tem uma solução nesta área - o ALD Pro-*Fleet2*. Este serviço responde com precisão, facultando toda a informação necessária para a gestão diária, a tomada de decisões e a otimização de recursos, tanto dos veículos como dos condutores. Disponível através de uma plataforma de informação online, todos os dados estão acessíveis de uma forma simples, segura e personalizada, permitindo um controlo preciso e eficaz sobre a frota de veículos. E, sublinha a res-



ponsável, a proteção de dados pessoais e a privacidade do condutor "estão obviamente asseguradas"

Quanto a vantagens, Patrícia Sanches explica especificamente a ótica das empresas, sendo que também para o condutor os benefícios são muitos.

Assim, para a empresa, os benefícios passam pela redução do risco do contrato; redução de quilometragem em excesso e dos custos operacionais; eficiência ambiental; redução de custos de seguro; melhoria dos hábitos de condução (alerta para outros aspetos potencialmente perigosos ou onerosos do comportamento do condutor, como fortes travagens ou acelerações e velocidades excessivas ou demasiado lentas).

Quanto à aceitação desta solu-



ção no mercado português, e o desenvolvimento no futuro, a responsável afirma que têm vindo a sentir maior interesse e abordagem por parte dos clientes, nomeadamente por reconhecerem as vantagens, e por acreditarem tratar-se visivelmente de uma ferramenta muito importante para a otimização dos custos.

Quanto ao futuro, e apesar do elevado interesse, as empresas ficam muito limitadas na sua implementação devido às imposições legais existentes à generalidade das frotas.

"As excessivas restrições e constrangimentos legais em Portugal impedem o desenvolvimento de soluções de telemática no futuro e respetiva implementação na generalidade do mercado frotista", remata.

Telemática aproxima Arval e PSA

Quase a fechar 2016, a Arval anunciou uma parceria especial neste capítulo das soluções telemáticas. Em comunicado, a empresa, sublinhado ser precursora neste campo, tendo implementado, desde 2015, a solução Arval Active Link no conjunto da sua frota, apresenta este seu novo parceiro, reforçando que o Grupo PSA dispõe de uma experiência reconhecida em matéria de veículos conectados e que, também ele foi pioneiro na introdução do sistema de chamada de emergência, o qual integra já dois milhões veículos em todo o mundo.

No âmbito de uma colaboração inédita entre o construtor e a empresa de aluguer de veículos, os dados técnicos reunidos pela PSA permitirão, já no final deste ano, enri-

66

Excessivas restrições e constrangimentos legais em Portugal impedem o desenvolvimento de soluções de telemática no futuro e respetiva implementação na generalidade do mercado frotista", frisa Patrícia Sanches, ALD Automotive

quecer os serviços propostos pela Arval.

Sobre esta aproximação entre as duas empresas, reina o consenso sobre a mais-valia em que se vai transformar. Defendendo que este "é o futuro das relações entre construtores e empresas de aluguer de viaturas", Angela Montacute, chief digital officer do Grupo Arval, não deixa de sublinhar que esta colaboração com o Grupo PSA permitirá aos clientes ter uma solução telemática com maiores funcionalidades para a otimização das suas frotas. Por seu turno, Brigitte Courtehoux, diretora de Serviços Conectados e de Novas Mobilidades do Grupo PSA, veio frisar que a "precisão dos dados obtidos a partir dos nossos sistemas de cálculo a bordo dos veículos permitirá à Arval enriquecer a sua oferta e gerar um maior valor para os

clientes que procuram uma redução do custo total de utilização dos seus veículos".

Assim, o fruto desta colaboração é o Arval Activ Access, uma nova opção do Arval Activ Link, e estará disponível nos modelos Peugeot, Citroën e DS compatíveis. A opção Arval Active Access, disponível em todos os países onde a oferta de soluções telemáticas Arval Active Link está implementada (França, Itália, Espanha e Reino Unido), oferece às gestoras de parques oportunidades adicionais de monitorização e otimização da sua frota de veículos das marcas do grupo PSA, nomeadamente, a medição dos consumos de combustível de cada veículo por deslocação; um elemento de deteção extra de fraude com combustíveis: e ainda conta com alertas de manutenção e de falhas em tempo real.

BP FLEETMOVE

Mais uma solução telemática a caminho de Portugal

A BP está neste momento em fase de desenvolvimento de todos os elementos necessários para assegurar o início dos testes piloto ao BP FleetMove. Tudo indica que se realizará ainda em 2017.

SÓNIA BEXIGA

sbexiga@jornaleconomico.pt

A aposta da BP em trazer para Portugal uma nova solução telemática. o BP FeetMove, tal como explica Jorge Gonçalves, diretor comercial da BP Portugal, ao Jornal Económico, surge na sequência da implementação em 2014, no centro da Europa, de uma oferta que combina o cartão de frota BP Plus com soluções telemáticas. Já com um vasto portfólio de clientes que utilizam esta oferta na gestão operacional das suas frotas, e com bons resultados na eficiência dos custos operacionais, a BP decide então, "encarar com confiança a oportunidade para o mercado português", acrescenta o responsável.

Ainda sobre o mercado nacional Jorge Gonçalves afirma que não restam dúvidas sobre o interesse e o "despertar" dos gestores portugueses para estas soluções. "Temos assinalado o crescimento da maturidade dos gestores de frota em Portugal no que diz respeito a novas soluções telemáticas. Hoje, a gestão de frotas, de veículos ligeiros ou pesados enfrenta desafios e operações cada vez mais complexas, o que exige um suporte tecnológico mais sofisticado", reforça.

Neste contexto, a BP não hesita em defender que a combinação das

soluções telemáticas com os cartões de frota "são de facto uma opção inovadora e que contribui para a redução dos custos operacionais", conlui o diretor comercial da BP Portugal.

Em prol da eficiência e da gestão de custos

O BP FleetMove destina-se a operadores de frotas de veículos pesados e empresas de transporte e a sua principal vantagem consiste no facto de ser uma solução integrada de cartão de frota, nomeadamente do BP Plus, e telemetria que permite às transportadoras aceder a informação fundamental para

Esta solução visa operadores de frotas de pesados e empresas de transporte. A principal vantagem consiste no facto de ser uma solução integrada de cartão de frota

uma gestão operacional fortemente eficiente.

Esta vantagem resulta do vasto conjunto de serviços que o BP FleetMove integra e que permite tornar a gestão da frota mais eficaz, com ganhos ao nível dos custos com combustível e eficiência na utilização da frota, ao mesmo tempo que permite aos utilizadores criar relatórios personalizados e adequados à gestão diária da frota.

Por outro lado, a possibilidade de criar relatórios personalizados e adequados à gestão diária da frota tem sido outra das mais-valias apontadas a esta plataforma, que permite ainda às empresas fazer a seleção dos postos da rede BP/Routex que se encontram na rota do condutor, de forma a reduzir as despesas em combustível, mas garantindo também segurança no que respeita ao abastecimento, uma vez que deteta, através de alertas, as alterações inesperadas dos níveis de combustível.

Informações sobre como conduzir, dando algumas dicas para diminuir a poluição, indicações de cumprimento de horas de condução, com vista à redução de multas e situações críticas derivadas da fadiga, são outras das valências desta plataforma ao dispor das transportadoras que dela fazem já uso no espaço europeu.



GOODYEAR PROACTIVE SOLUTIONS

Computação inteligente antevê, resolve e reduz custos

Através de uma nova divisão passa a disponibilizar soluções de telemática avançada e tecnologia analítica preditiva.

CÁTIA MARQUES

cmarques@jornaleconomico.p

A Goodyear anunciou o lançamento de uma nova divisão de negócio para a Europa, apelidada de *Goodyear Proactive Solutions*. Esta é uma nova linha de negócio que oferece um conjunto de soluções para gestão de operações de frotas de veículos, com telemática avançada e tecnologia analítica preditiva.

A Goodyear Proactive Solutions

usa algoritmos de computação inteligente, dados provenientes do negócio de gestão de pneus comerciais e de serviços da Goodyear e ainda contém informações dos relatórios da marca. Esta nova solução permite aos operadores de frotas identificar e resolver questões com pneus e potenciais problemas de segurança, antes dos mesmos ocorrerem, de uma forma precisa.

Michel Rzonzef, Vice-presidente de Commercial Business da Goodyear Europa, Médio Oriente e África, salienta que esta é uma "solução de fácil utilização, que ajudará a reduzir o custo total das operações e melhorar o tempo operacional, eficiência e sustentabilidade das frotas".

A nova divisão de negócio oferece dois tipos de serviços. Um deles, o *Pneus Proactive*, oferece uma ampla gama de serviços, incluindo monitorização de pressão dos pneus, temperatura e profundidade do piso. Estas soluções permitem às frotas maximizar o desempenho dos pneus e agendar a manutenção de forma pró-ativa.

O novo negócio está disponível em Portugal e em mais 11 países. Novas aplicações serão introduzidas em 2017 O serviço *Frotas Proactive*, inclui as opções *Driver Behaviour* e *Track* & *Trace*, que ajudam as frotas a reduzir o consumo de combustível e tempo de viagem, ao mesmo tempo que aumentam a segurança.

Nos últimos dois anos, a Goodyear foi responsável pela redução do custo total de operações, ao cortar os custos de combustível até 300 euros por veículo, por mês, e reduzir os custos de manutenção de pneus até 70%. Evitou ainda até 75% quebras relacinada com pneus.

 ∞

Audi A4 Uma nova forma de sentir.

Quando alguém entra no Audi A4, sente logo algo de diferente. Há quem se sinta a bordo de uma nave espacial, a viajar à velocidade da luz. Há aqueles que se sentem acompanhados por uma orquestra, em cada quilómetro da viagem. E há outros que, simplesmente, se sentem em casa. Mas independentemente da forma de sentir de cada um, há um sentimento que é comum: conduzir um automóvel nunca nos fez sentir tão livres.





GESTÃO DE COMBUSTÍVEL

IDS apresenta solução para gestão de combustível

A aplicação iAccount já se encontra disponível em Portugal e oferece às transportadoras e empresas de transporte rodoviário uma solução na redução do consumo nos combustíveis.

CÁTIA MARQUES

cmarques@jornaleconomico.pt

As transportadoras europeias e as empresas de transporte rodoviário já podem monitorizar e gerir o consumo de combustível de toda a sua frota em tempo real.

A nova tecnologia da *International Diesel Service* (IDS), denominada *iAccount* apresenta uma solução avançada no setor dos combustíveis. Através de um *dashboard*, a transportadora consegue aceder a uma biblioteca de informação em tempo real sobre o desempenho dos seus veículos em todo o país.

O procedimento é feito a partir do envio imediato de todas as ações para toda a rede, oferecendo às equipas o controlo sobre as utilizações dos cartões eletrónicos de pagamento reembolsáveis para diesel (bloqueio e desbloqueio de cartões a partir das sedes, controlo dos volumes de cartões, ajuste de limites da frota, entre outros), mas também a garantia de uma melhor gestão de precisão e segurança de topo.

Esta aplicação está disponível em 16 línguas e contribui para que

as empresas logísticas possam ser mais eficientes quanto ao consumo de combustível, um negócio importante para empresas de transportes nacionais e internacionais na Europa, que representa mais de um terço dos custos operacionais anuais, de acordo com dados de julho de 2015. Torna-se igualmente vantajoso para os fabricantes e retalhistas com baixos custos de carga que queiram reduzir as suas emissões e, paralelamente, ajudar o meio ambiente.

A utilização da aplicação iAccount quadriplicou no primeiro ano Christy Immens, IT Business Expert da IDS, considera que a aplicação é uma resposta verdadeira à necessidade das empresas de transporte europeias "Quando lançámos a primeira versão da iAccount, trabalhámos muito para encorajar os nossos clientes a utilizá-la. Porém, os seus benefícios eram tão claros que a utilização quadruplicou no primeiro ano". A aplicação diz ter sido "muito bem recebida pelos nossos clientes" nas operações de negócio.

Martjin Hazebroek, Strategy & Markets Manager da IDS, reforça o poder estratégico da iAccount para a empresa já que permite " a manutenção da nossa posição como fornecedor líder de serviços de combustível a nível europeu". Por outro lado é uma tecnologia benéfica para os clientes que proporciona uma "gestão precisa dos seus recursos de combustível, bem como a segurança que necessitam".

Com a web gratuita e online da IDS, a IAccount permite ver resumos de faturas e pagamentos mais recentes, consultar e exportar os preços de todas as estações ou personalizar as autorizações de todas as contas. Para além destes benefí-

cios, somam-se outros como a possibilidade de descarregar os guias das estações e administrar subscrições a informações, correios, avisos e faturação electrónica. A gestão dos cartões disponibilizados pode ser feita a qualquer hora e em todos os momentos e as funcionalidades de gestão garantem a segurança e controlo dos cartões. A IDS é o primeiro fornecedor de cartões de combustível. O pré-pagamento permite que as empresas de transporte melhorarem a sua rentabilidade e obtenham um controlo mais direto sobre os seus gastos com combus-

A IDS é uma empresa dedicada às necessidades de fornecimento de combustível de companhias de transporte nacionais e internacionais. As filiais estão localizadas em zonas fronteiriças e grandes centros comerciais e de transportes. A rede da IDS possui 600 pontos estrategicamente posicionados e com preços muito competitivos em todas as grandes rotas na Europa. Cada posto de abastecimento está aberto 24 horas por dia, oferece uma gestão à distância e monitorização através de website.

GPS

Inosat na frente da evolução telemática

SÓNIA BEXIGA

sbexiga@jornaleconomico.pt

A Inosat é uma empresa 100% portuguesa, especializada na produção e comercialização de soluções de gestão de frotas através de GPS, criada em 2000 por dois jovens empresários portugueses. "Na altura, as soluções de telemática em Portugal estavam em desenvolvimento, na verdade, a Inosat foi um dos primeiros players do mercado e neste momento é a empresa com mais anos de atividade", explica Jorge Carrilho, diretor geral da Inosat, ao Jornal Económico.

A evolução desta oferta, para Jorge Carilho, particularmente nos últimos 17 anos, "foi enorme. O mercado transformou-se, as empresas tornaram-se cada vez mais conscientes das vantagens das soluções de gestão de frotas, mas também mais exigentes no que respeita à qualidade, funcionalidades disponíveis e confiabilidade das soluções que utilizam".

A Inosat, atenta às necessidades dos clientes, avançou e foi a primeira em Portugal a disponibilizar a solução na *cloud*, que garante aos clientes disponibilidade e rapidez de resposta.

"Apostámos e continuamos a apostar no desenvolvimento de relatórios e funcionalidades que dão resposta às dores dos clientes, sabemos que as empresas portuguesas procuram aumentar a competitividade e sabemos que as nossas soluções desempenham um papel importantíssimo no aumento da produtividade e na redução de custos operacionais", esclarece ainda.

Ter sido adquirida Fleetmatics, seguida pela integração na Verizon Telematics, deu à Inosat a garantia de que as suas soluções são ainda mais abrangentes. A oferta da Inosat foi complementada com a solução Reveal da Fleetmatics que disponibiliza uma aplicação móvel, fornecendo informações que as empresas podem utilizar para reduzir custos com combustível, controlar o pagamento de horas extraordinárias, otimizar rotas, aumentar a segurança, e minimizar o desgaste dos veículos.

Quanto ao futuro, a Inosat continuará focada em ajudar as empresas a atingir melhores resultados, reduzindo custos e melhorando os níveis de produtividade.





It's easier to leaseplan

ACESSO AOS DADOS DOS AUTOMÓVEIS

Competitividade, inovação e livre escolha em risco

Em tom de alerta, uma coligação de associações empresariais, vem chamar a atenção para a necesidade de assegurar a segurança na gestão dos dados em veículos conectados.

SÓNIA BEXIGA

sbexiga@jornaleconomico.pt

As preocupações desta coligação, na qual participa a Leaseurope que inclui a Associação Portuguesa de Leasing, Factoring e Renting (ALF), passam por um cenário em que os interesses dos consumidores não estão a ser colocados no centro das discussões sobre as possíveis soluções técnicas para aceder aos dados dos veículos automóveis. No entender deste grupo, para desencorajar a livre escolha dos consumidores, a solução defendida pode afetar a competitividade, a inovação e o empreendedorismo independente.

Segundo elucida a ALF, em comunicado, os fornecedores de peças e os fabricantes de automóveis europeus apresentaram recentemente uma arquitetura técnica comum que define o acesso aos dados eletrónicos dos veículos. Esta sua abordagem canaliza todas as futu-

A coligação convida as instituições europeias a criar um quadro regulamentar robusto para uma plataforma de telemática interoperável, padronizada e segura

Importa manter
a livre escolha
do consumidor,
o empreendedorismo
independente,
a concorrência
e a inovação
em todos os serviços
automóveis

ras comunicações, bem como o acesso aos dados, para o servidor do fabricante da viatura. Apenas uma parte dos dados gerados poderá ser enviada para um "servidor neutro" e ficar acessível aos operadores independentes. Assim, não não será possível existir comunicação direta com o veículo, atribuindo total controlo aos fabricantes que poderão decidir como, quando e quem acede aos dados. Diante deste contexto, a coligação acredita que está em risco o direito dos proprietários a decidir com quem pretendem partilhar os dados e para que fins, defendendo mesmo que se trata de uma "forte ameaca" à competitividade, inovação e livre escolha do consumidor.

Segurança na era digital

Atualmente, fabricantes e fornecedores competem num mercado com um largo conjunto de serviços e produtos relacionados com automóveis e produtos automóveis (leasing, renting, seguros, diagnósticos, entre outros exemplos) que, cada vez mais, dependem dos dados dos veículos em tempo real. Já não é suficiente ter apenas acesso direto aos dados através de um interface físico interoperacional, um acesso digital é também indispensável.

Assim, para a coligação, garantir a segurança é crucial para o desenvolvimento dos veículos conectados, defendendo, como caminho a adotar, uma plataforma aberta, interoperável, padronizada e segura. E com esta solução, garantem, estará assegurado o mesmo alto nível de segurança, responsabilidade e proteção dos dados que a arquitetura técnica agora apresentada aponta, ao mesmo tempo que salvaguarda a competitividade, a inovação e a livre escolha.

Importa ainda reter que esta solução seria baseada nos sistemas de telemática dos fabricantes e recorreria aos mais elevados padrões de segurança. Muitos fabricantes permitem a alguns fornecedores desenvolverem sistemas e aplicações próprios nos veículos, demonstrando que a segurança no acesso direto pode existir sem interferir nas funções do automóvel.





Na frente com o seu negócio.

Na Volkswagen sabemos que é fundamental ter as melhores soluções de mobilidade para a sua empresa. Aqui, encontra tudo o que precisa para manter o seu negócio sempre na frente.



^{*}Renda mensal com IVA incluído para um contrato de 54 meses e 100.000km para um Passat Variant 2.0 TDI Confortline DSG 150cv + GPS. Exemplo de contrato de Renting (Aluguer Operacional), através da marca registada e licenciada "Volkswagen Financial Services" comercializada pela Volkswagen Renting Unipessoal, Lda. Condições válidas até 31 de março de 2017. O aluguer inclui imposto à taxa legal em vigor. Serviço de Seguro fornecido pelas companhias de seguros a identificar no processo de contratação. Imagem não contratual.

Consumo médio (I/100km): 4,5 a 4,7; Emissões CO₂ (g/km): 121 a 124.

FROTAS PREMIUM

O lugar onde todos querem estar

As vendas às frotas, excluindo o rent-a-car, significam uma média de 50% de venda de carros em Portugal. A ascensão ao estatuto de frotas premium é um campeonato diferente.

Tradicionalmente estavam lá as grandes marcas alemãs, mas o mercado "democratizou-se" e marcas generalistas já ascenderam ao patamar mais elevado dos *premium*. Todos disputam o mercado das frotas. Vamos descobrir o que cada uma das marcas quer fazer num mercado cada vez mais exigente.

Comecemos por um campeão tradicional nas andanças dos premium, a SIVA, via Audi e a VW. "O conceito premium tem vindo a evoluir, com a entrada de novas marcas em novos segmentos de mercado, e de preço, através da extensão das gamas", diz Ricardo Tomaz. Do lado do campeão de vendas auto em Portugal, a Renault, Ricardo Oliveira, o diretor de comunicação e imagem da marca diz que o mercado revela que "tem subido a concorrência das marcas premium em segmentos onde há uns anos não tinham uma presença muito marcada". Adianta que hoje "as marcas premium estão claramente presentes no segmento C e, são concorrentes diretas das marcas generalistas". Para se ter uma perceção da marca, Ricardo Oliveira dá o exemplo dos seus 19 anos consecutivos (desde 1998) de liderança no mercado nacional.

A perceção de *premium* também evoluiu. João Seabra, o diretor geral da Kia Portugal diz que *premium* é "atualidade, diferenciação e exclusividade", e dentro deste conceito conclui que "as marcas que nos habituamos a achar *premium* estão cada vez menos *premium* e mais generalistas ao mesmo tempo que outras, como é o caso da Kia, estão a fazer o caminho inverso, tendo já deixado de ser uma marca considerada de *value for money* para nos estarmos a aproximar de um conceito semi-*premium*, devido à elevadíssi-

ma qualidade das nossas viaturas que continuamos a comercializar a um preço extremamente competitivo e com a nossa garantia *premium* de sete anos".

E depois temos as tradicionais marcas premium como a Mercedes ou a BMW. Esta última refere que há "características diferenciadoras e únicas" e exemplifica com "uma larga oferta de equipamento de série, design ímpar e atual, versatilidade e valor competitivo", para concluir a BMW que "nenhuma outra marca oferece condições tão competitivas em termos de valor residual, serviço e veículos premium". A definição de uma marca como premium, de acordo com uma marca que é assumidamente reconhecida pelo grande público como tal, é de perceção de "qualidade excecional em termos de produto, performance e serviço ao cliente".

E como tem sido o comportamento do segmento premium ao longo do último ano. Victor Marques, diretor de comunicação e relações públicas da Toyota e Lexus diz que o segmento tem vindo a alargar a sua oferta de produtos e

Tradicionalmente estavam lá as grandes marcas alemãs, mas o mercado "democratizou-se" e marcas generalistas já ascenderam ao patamar mais elevado dos *premium*. Todos disputam o mercado das frotas

enfatiza a dos "produtos compactos premium que permitem propostas muito atrativas e valores bastantes baixos de renting para as empresas e que seriam impensáveis no passado". E claro que a marca revela o que tem de mais significativo no seu portfólio: a garantia geral de cinco anos ou 160 mil Km para todos os modelos Toyota e Lexus híbridos e que inclui a bateria do sistema híbrido que pode ser renovada anualmente, de forma gratuita, até ao 10º ano de vida do veículo. Victor Marques realça que uma marca premium significa "um produto de grande qualidade, requinte, conforto e tecnologia de vanguarda, o que inclui motorização e tecnologias no habitáculo e de segurança. Realça um pormenor relevante: "Todos os serviços complementares ao produto devem exceder as expetativas do cliente (...), e no caso do Lexus, para além de exceder a marca, concentra os esforços no sentido de antecipar as necessidades do cliente".

Mas para uma marca sempre associada à segurança, o que significa premium? Pedro Bronze, do departamento de comunicação da Volvo, diz que é mais do que qualidade, preço e ascensão social, diz que "a ideia de luxo para a Volvo é diferente do conceito generalizado". Significa ter "um automóvel inteligente que evita o acidente e que nos apoia em momentos decisivos mas que seja ao mesmo tempo simples, concentrando todos os comandos num único ecrã touch e um automóvel que permite uma interação e conetividade elevadas com um serviço de assistência do outro lado da chamada a qualquer hora, em qualquer lugar". E remata Pedro Bronze: "Em todos esses capítulos demos um "salto" qualitativo, mas nunca



PESO DO SEGMENTO FROTAS NAS VENDAS DAS MARCAS

45% volvo



50%



25%





seremos uma marca que se "ostenta", não está no nosso ADN.

Frotas valem 50% das vendas

Quanto valem as frotas para as marcas e qual o papel do segmento premium. As marcas estão conscientes da impossibilidade de viver sem o negócio frotista. E o premium é dar mais valor, é vender melhor um sentimento aspiracional e relevar um posicionamento social. Este aspeto psicológico e comportamental de uma sociedade de consumo está a ser bem apreendido e aproveitado pelas marcas e pelos rent-a--car. O estatuto paga-se e o cliente aceita esse valor e as marcas generalistas procuram fazer o caminho inverso que fizeram até ao momento. A Kia diz estar a aproximar-se de um conceito "semi-premium" e dá como exemplo os seus Optima Sw, o novo Kia Sportage e o novo Kia Niro. Diz que os clientes frotistas representam cerca de 25% das vendas em 2016. Neste número excluiu os rent-a-car. Para a BMW os frotistas são 50% das vendas totais dos automóveis, enquanto para a Toyota o mercado das empresas representa mais de 60% das vendas globais. Os números são de 2015 e a marca releva como os modelos que melhor se adequam aos frotistas, o Yaris e o Auris para os segmentos B e C, enquanto para veículos comerciais o forte continua a ser a Hilux. A marca Lexus, integrada na Toyota Caetano Portugal, permite alargar o leque de oferta de produtos. Refere Victor Marques que os modelos Lexus "têm sido muito procurados pela maior sensibilidade ambiental de alguns clientes empresa e pelo refinanciamento que as viaturas híbridas proporcionam", sendo

As marcas estão conscientes da impossibilidade de viver sem o negócio frotista. E o *premium* é dar mais valor, é vender melhor um sentimento aspiracional e relevar um posicionamento

que a política das frotas abrange as duas marcas. Refere a mesma fonte existirem vários tipos de escalões de desconto consoante a dimensão da frota. Esta é uma prática transversal à generalidade das grandes marcas.

Do lado da SIVA, os frotistas, excluindo rent-a-car, representam quase 50% das vendas, destacando--se a performance da Audi e da VW. Refere Ricardo Tomaz que "a agressividade comercial tem aumentado o custo de fazer negócio", sendo que esta opinião é válida para clientes particulares e empresas "e particularmente notório no segmento premium". Refere o mesmo responsável que quer a Audi, quer a VW "apresentam um posicionamento value for money imbatível, não só pela proposta de valor que incorporam no momento da compra, como pelos fortes valores residuais". Adianta que "as guerras de preços têm um efeito de erosão na imagem, a prazo, e as marcas que representamos estão particularmente atentas a esse fenómeno". Diz ainda que a vantagem de determinada marca é "proteger os clientes que optam por um produto cuja imagem não pode ser depreciada". A decisão de uma empresa obedece a critérios financeiros, mas explica que "no caso do utilizador-decisor a imagem das marcas vem ao de cima e determina a decisão". Para a Renault, um gigante no mercado nacional, o negócio das frotas representa mais de metade nos automóveis de passageiros e a quase totalidade no caso dos automóveis comerciais ligeiros. Realça Ricardo Oliveira que a marca possui na sua gama várias referências no seu segmento, caso do Clio, Captur, Mégane, Scénic ou Espace. As marcas premium estão presentes no segmento C "e são concorrentes diretas das marcas generalistas", refere. Diz ainda que um dos fatores mais relevantes na aquisição de uma frota é o chamado total cost of ownership e nenhuma marca escapa a ter de ser competitiva neste parâmetro". No caso da Volvo as frotas, excluindo o rent-a-car, representam 45% das vendas.

A Volvo que "sempre teve o estatuto de *premium*" diz Pedro Bronze, *marketing & PR consultant* na empresa sueca, "está na atualidade a aprender a consolidar esse estatuto, transformando-o, também, em oportunidades de negócio". A Volvo é forte nas gamas de maior volume, os 40' e os 60' e ao nível dos novos modelos 90'. ●

60%
TOYOTA/LEXUS



50% RENAULT



social

50% AUDI



Exportações continuam a impulsionar setor automóvel

O setor automóvel vive uma fase de comprovado abrandamento da procura, face a anos anteriores. Otimista, a ACAP acaba de revelar previsões positivas, sobretudo quanto a vendas nos próximos dois anos.

SÓNIA BEXIGA sbexiga@jornaleconomico.pt

Sublinhando que o setor autoponsável por quase um quarto das receitas fiscais do Estado, a ACAP - Associação Automóvel de Portugal promoveu a sua conferência de imprensa anual, habitualmente palco de balanço e de apresentação de perspetivas

Enquanto gerador de receitas fiscais para o Estado, o setor atingiu 22% do total. A maior fatia do volume de receitas de 2016 teve origem no IVA de veículos, com um total de 3446 mil milhões de euros. O ISP (Imposto Sobre os Produtos Petrolíferos e Energéticos) representou 3259 mil mi-lhões de euros, logo seguido do

IVA dos combustíveis (1246 mil milhões de euros) e do ISV (Imposto Sobre Veículos), que representou 672 mil milhões de euros em 2016. As receitas fiscais do se-tor totalizam 9271 mil milhões de res contribuintes para as receitas fiscais do país, responsável por 21,6% dos 43 mil milhões de euros

Com as exportações a assumir um papel crucial, a ACAP avançou os mais recentes números: do total de viaturas produzidas pelas fábricas a operar em Portugal, em 2016, 95% (136.369 unidades) destinou-se à exportação, sendo que apenas 5% (6727) se destinou ao mercado interno. Estes valores, integrando a área dos componentes automóveis, fazem com que o setor automóvel seja o maior exportador nacional. O

absorvendo 23,1% da produçao nacional, seguida da Espanha (15,4%), Reino Unido (11,5%) e Áustria (6,5%). Os mercados asiáticos foram o destino de 7% das viaturas exportadas, com a China a receber a grande fatia de viaturas novas (5,5%).

Brexit: reina apreensão Questionada pelo Jornal Económico sobre o impacto da saída do Reino Unido da União Europeia,

Em 2016, 95% da produção (136.369 unidades) destinou--se à exportação. O maior mercado destino continua a ser a Alemanha

o chamado Brexit, a ACAP afirmou existir, de facto, uma grande apreensão, potenciada pela desvalorização da libra que já está a ter efeitos negativos na indústria nacional. Por agora, tal como acontece com a congénere britânica, aguarda pelo "apoio" que a líder britânica, Theresa May, garantiu prestar ao setor automóvel.

Crescimento vai continuar
Para este ano, em matéria de vendas a ACAP estima um crescimento de 2% nas vendas de ligeiros de passageiros, prevendo que possa ser atingido o total de 211 mil unidades vendidas. Para a associação, este valor deverá crescer novamente em 2018, chegando às 218 mil unidades, representando um novo crescimento de 2% em relação a 2017. Também as vendas de comerciais ligeiros devem crescer, podendo chegar às 36 mil unidades em 2017, num

crescimento de 3%. As previsões para 2018 mantêm-se na mesma escala, ou seja, novo aumento de vendas em 3%, perfazendo 37 mil unidades vendidas.

Ainda de olhos postos neste novo ano, Jorge Rosa, presidente da direção da ACAP, salientou o papel da atividade associativa em 2017 no reforço da competitividade do setor automóvel de Portugal. Recorde-se que a ACAP esteve na génese da criação da Mobinov - associação do cluster automóvel - que envolve organizações dos setores e fileiras da cadeia de valor da indústria automóvel, nomeadamente da construção e dos componentes. Esta associação constitui-se como uma plataforma de apoio à dinâmica de "clusterização" do setor, reforçando a articulação de atores e iniciativas para a promoção de uma crescente valorização da competitividade e da internacionalização.



Qual é a diferença entre anunciar neste jornal ou em outro qualquer?



O que vai fazer Draghi face à subida

da inflação?

Impostos recorde travam

défice de 2016

AMA CANADA CANAD

EXPERIÊNCIAS ÚNICAS, PERSONALIZADAS DE REALIDADE AUMENTADA.

CONTEÚDOS QUE POTENCIAM PROXIMIDADE E LIGAÇÃO COM OS LEITORES.

É MAIS DO QUE MOSTRAR UM PRODUTO, É INTERAGIR COM ELE.

ANUNCIAR TORNA-SE MUITO MAIS INTERESSANTE E INOVADOR!

o papel que não é apenas papel.

Quando o dinheiro não

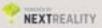
é tudo • PM

milionárias











INFORMÁTICA

Cibersegurança ameaça indústria dos transportes

O estudo analisa a gravidade e a facilidade do impacto dos riscos cibernéticos enfrentados pela indústria dos transportes.

CÁTIA MARQUES

cmarques@jornaleconomico.pt

De acordo com o novo ranking lançado pela Willis Towers Watson, a crescente ameaça da violação de privacidade de dados e da cibersegurança, falhas de sistema IT críticos e dependência de fornecedores são as três principais ameacas destacadas pelos executivos da indústria dos transportes. No ranking seguem-se, na quarta, quinta e sexta posições, respetivamente, vulnerabilidades na segurança de terceiros, escrutínio da lei da concorrência associada a atividades Merge & Acquisitions (M&A) e o aumento da complexidade regulatória.

Estas conclusões decorrem do estudo *Transportation Risk Index*, mediante um inquérito realizado a 350 executivos de empresas de transporte aéreo, marítimo, ferroviário e rodoviário, distribuídos pelas cinco geografias mais representativas. Foi-lhes pedido que avaliassem 50 riscos específicos pelo seu potencial de disrupção, dificuldade de gestão num horizonte temporal de dez anos, dentro de cinco principais categorias: instabilidade geopolítica e incerte-

za regulatória; modelos operacionais complexos num mundo interconectado; vulnerabilidade digital e rápida evolução tecnológica; gestão de talento e complexidades da força laboral e evolução da dinâmica de mercado e insegurança nos modelos de negócio.

A instabilidade geopolítica surge como a categoria de risco mais elevado, relevando o impacto dos acontecimentos mundiais nas operações e na rentabilidade dos negócios.

No entanto, foram registadas diferenças significativas na percepção do risco, nomeadamente a nível geográfico. No que diz respeito aos riscos primários, quatro dos cinco continentes registaram diferentes respostas, realçando a im-

Instabilidade geopolítica supera a vulnerabilidade digital na categoria de risco mais elevado portância de desenvolver soluções a nível local. Por exemplo, enquanto os líderes Norte-Americanos do setor dos transportes mostram uma maior preocupação com a excessiva dependência das infraestruturas nacionais, na América Latina, a vulnerabilidade na segurança de terceiros foi identificado como o principal receio.

Quanto à análise da indústria por setor também se registam diferenças. O escrutínio legal associado a M&A é o principal risco no setor da aviação, mas fica de fora do Top cinco nos transportes marítimos e terrestres.

Sobre esta matéria, Mark Hue Williams, Líder de Transportes na Willis Towers Watson, refere que "a pressão regulatória e os avanços tecnológicos requerem novos modelos operacionais, enquanto, simultaneamente, figuras externas hostis desenvolvem ataques para minar o papel estratégico do setor na economia global". Estes fatores, surgem num "ambiente instável a nível económico, geopolítico e num mercado laboral ultra-competitivo".

A solução é que as estratégias de risco "precisam de ser eficazes e dinâmicas", reforça. ●

AFIA

Componentes fecham 2016 a bater recordes

Indústria de Componentes Automóveis atinge valor record em 2016 e apresenta melhores resultados do que a indústria transformadora.

Os últimos dados recolhidos pelo estudo da AFIA- Associação de Fabricantes para a Indústria Automóvel revelam que em 2016, o setor atingiu um crescimento económico de 7%, comparativamente a 2015.

Os resultados registaram um valor global de nove mil milhões de euros, dos quais 7,6 mil milhões são referentes à exportação, o que em termos de percentagem corresponde a 85% (mais 8%) em relação ao ano anterior. Espanha, Alemanha, França e Reino Unido foram os mercados mais significativos no que à exportação diz respeito.

Analisando o desempenho económico e financeiro da indústria de componentes automóveis face à restante indústria transformadora, com dados relativos a 2015, é possível concluir que a indústria de componentes automóveis compreendia um por cento das empresas da indústria transformadora, representando oito por cento do número de pessoas ao serviço e 11% do volume de negócios.

Já quanto à empregabilidade do setor, constata-se que este tipo de indústria emprega 16 vezes mais (236) do que a restante.

Quanto ao volume de negócios, a indústria de componentes automóveis é 22 vezes superior à restante (43,7 milhões de euros).

Por sua vez o Valor Acrescentado Bruto médio é de 10,3 milhões de euros, 23 vezes superior à média das empresas da indústria transformadora.

Em termos de rendibilidade a indústria de componentes automóveis apresenta também valores superiores.

Por exemplo, no que diz respeito à autonomia financeira, o desempenho também é melhor do que na indústria transformadora, 46% contra 42%, respetivamente. A rendibilidade dos capitais próprios, que mede a capacidade do capital investido pelos sócios ou accionistas em criar retorno financeiro, é de 25% e no caso da indústria transformadora, a percentagem situa-se nos 10%.

Também a capacidade para gerar fluxos de caixa, Margem EBITDA, é de 13% em compara-

ção com os 10% verificado na indústria transformadora.

A indústria automóvel em Portugal apresenta um forte contributo no emprego e no PIB português. As suas três principais áreas de atividade são o fabrico de moldes, o fabrico de componentes e o fabrico de viaturas automóveis.

A AFIA é a associação portuguesa que congrega e representa, nacional e internacionalmente, os fornecedores de componentes para a indústria automóvel.

Atualmente, agrega cerca de 200 empresas com sede ou laboração em Portugal e um volume de emprego de mais de 46 mil pessoas. Na economia nacional, em 2015 representou cinco por cento do PIB, sete por cento do emprego da indústria transformadora e treze por cento das exportações.

A indústria de Componentes Automóveis atinge valores record em exportações (7,6 mil milhões de euros)



ENTREVISTA FERNANDO FAGULHA, diretor de vendas e marketing da Europcar

"Criámos uma frota para o público feminino"

Sobre o posicionamento e resposta à concorrência cada vez mais agressiva nas frotas, Fagulha afirma que a resposta, detetados os modelos mais requisitados pelas mulheres, foi criar uma frota específica.

O que significa marca premium?

Se quisermos determinar o segmento do automóvel premium, de forma prática, será o "Segmento D", classificação comumente aceite e delineada pelas marcas. É claro que a perceção da marca conta muito e, neste caso, os consumidores têm uma determinada ideia de marca que pode resultar da experiência que teve ao volante do automóvel, de uma determinada viagem, da influência da publicidade ou até devido a um vínculo familiar. Os motivos que nos ligam àquilo que é indubitavelmente um produto emocional são muitos. É um produto cada vez mais ligado à experiência. A designação pre-

mium está também, muitas vezes, ligada ao preço e, assim sendo pode ser conotado com um determinado status social. Todavia. acreditamos que há muitos géneros de atributos premium e, por exemplo, a conveniência pode ser premium, ou o espaço interior e até determinadas funcionalidades. No fundo, premium visto de uma forma mais abrangente é aquilo que corresponde, e muitas vezes ultrapassa, as nossas expetativas em relação a um automóvel. A Europcar, mais do que nunca, procura ir ao encontro daquilo que são as expetativas de mobilidade dos clientes e proporcionar uma experiência 360°, verdadeiramente plena. Exemplo disso é o serviço *Selection* ou o *Chauffeur Service*.

Quais as marcas preferidas? E qual a de difícil resposta?

A Europcar procura sempre dar resposta a todos os pedidos de mobilidade dos clientes. Todavia, contemplamos na nossa frota praticamente todas as marcas que estão no mercado, seja BMW, Mercedes, Fiat, Seat, Opel, Renault ou Peugeot, citando apenas alguns exemplos, e todas são igualmente procuradas, dependendo da ocasião, se lazer e turismo ou negócios. Um bom exemplo da forma como ocorre a procura e de como a frota está organizada será talvez o

66

A designação premium está também muitas vezes ligada ao preço e, assim sendo pode ser conotado com um determinado status social

recém-lançado Women On The Move em que a Europcar criou um serviço específico para um determinado público. Neste caso detetámos quais os modelos automóveis mais requisitados pelo público feminino e criámos uma frota específica, de que fazem parte, por exemplo, o Fiat 500.

O que significa para o vosso negócio uma marca premium? É relevante na faturação ou é um posicionamento para ocupar um nicho?

A Europear renovou recentemente a sua frota e tem, como líder de mercado, uma oferta com opções para todos os públicos e situações. Somos a única rent-a-car a oferecer, por exemplo, a possibilidade de conduzir um BMW i8, híbrido verdadeiramente premium que integra a nossa frota Selection. Podemos dizer que esta é uma oferta de nicho, mas, sem dúvida, diferenciadora, representativa da capacidade de oferta da Europear e um contributo para a perceção da Europcar enquanto rent-a-car de excelência. Depois temos os automóveis fun, com enfoque no design inusitado, mais divertidos de conduzir, alguns descapotáveis como o MiniCooper, por exemplo. Todos estes são considerados premium e nesse sentido representam uma percentagem significativa da nossa faturação pois fazem parte da nossa panóplia de oferta pensada em função da procura.

Como funciona o negócio de um rent-a-car com uma marca premium? Há o problema da sazonalidade ou de grandes volumes de pedidos para eventos específicos e curtos?

Com o aumento do turismo em Portugal, existe uma maior procura de automóveis premium e de serviços com um maior grau de personalização. Naturalmente que a Europcar tem na área do turismo parceiros importantes e tem de dar resposta a esta procura no que concerne ao aluguer de curta duração e temos certamente frota, quer em número, quer em diversidade para dar resposta a solicitações em termos de eventos e de pico de aluguer em termos sazonais. Quanto ao rent-a-car e as marcas automóveis, os dados demonstram que cerca de 30% das vendas do mercado automóvel português são feitas através das rent-a-car. Todavia, existem marcas que optam por manter grande parte das vendas na respetiva rede de concessionários, ostentando uma estratégia comercial diferente, que não terá relação direta com o segmento dos automóveis, ou seja o ser premium ou não, mas certamente a percentagem de automóveis vendidos através das locadoras nunca será menos de 10%/15%.



BP PLUS

Conduzimos o sucesso do seu negócio

Mais do que a compra de combustível, o cartão **BP PLUS** permite-lhe o acesso a uma vasta gama de serviços que lhe garantem a **SEGURANÇA**, **QUALIDADE** e **CONTROLO** que a sua frota necessita.

BP PLUS é a solução certa para a aquisição de combustível e gestão da sua frota num pacote simples, rentável e fácil de gerir.

Saiba mais em www.bpplus.pt









