



25 DE SETEMBRO DE 2018

Terça-feira

- ÍNDICE DE PRODUÇÃO SOBE PARA 54,1 PONTOS EM AGOSTO ANTE 52,2 EM JULHO
- INDÚSTRIA CONSEGUE REDUZIR OCIOSIDADE
- USO DE ROBÔ COLABORATIVO NA INDÚSTRIA DEVERÁ DUPLICAR A CADA UM ANO E MEIO
- PEQUENAS INDÚSTRIAS TÊM DIFICULDADE PARA OBTER CRÉDITO
- A EMPRESÁRIOS EM NY, TEMER DIZ QUE VAI TENTAR VOTAR A PREVIDÊNCIA APÓS ELEIÇÃO
- VIAGENS CORPORATIVAS CRESCEM 11,9% NO 2º TRIMESTRE
- CONFIANÇA DA CONSTRUÇÃO DO BRASIL SOBE EM SETEMBRO COM MELHORA DAS EXPECTATIVAS, DIZ FGV
- COM DÓLAR ALTO, TRANSFERÊNCIAS PESSOAIS PARA O BRASIL TÊM FORTE ALTA EM AGOSTO
- GESTORAS DE PATRIMÔNIO CRESCEM 10% MESMO COM CENÁRIO ADVERSO
- PROJEÇÃO PARA ALTA DO PIB DE 2018 PASSA DE 1,36% PARA 1,35%, MOSTRA FOCUS DO BC
- IPC-FIPE AVANÇA 0,36% NA 3ª QUADRISSEMANA DE SETEMBRO
- TARIFA DEVE SUBIR ACIMA DA INFLAÇÃO EM 2019
- POSSIBILIDADE DE ALTA DE JUROS EM 2019 AUMENTA OS APORTES EM TESOURO SELIC
- ETANOL SOBE EM 18 ESTADOS E NO DF, DIZ ANP; PREÇO MÉDIO AVANÇA 0,82% NO PAÍS
- MINAS GERAIS PAGA CONTRATO DE CARROS DA GM
- MONTADORAS E AUTOPEÇAS DEVEM BUSCAR SEU PROPÓSITO
- ABX19 CHEGA PARA INSPIRAR A TRANSFORMAÇÃO DO SETOR AUTOMOTIVO
- PEUGEOT 508 E 3008 TERÃO NOVOS MOTORES HÍBRIDO PLUG-IN

- MONTADORAS CRIAM NOVAS FÓRMULAS PARA CRESCER NA INTERNET
- AUTOMÓVEIS CONTINUARÃO ATRAINDO CONSUMIDORES
- MUNDO DIGITAL TRANSFORMA A LÓGICA DO MARKETING NO SETOR AUTOMOTIVO
- CUMMINS REVELA NOVO SISTEMA DE CONTROLE DE EMISSÕES PRONTO PARA EURO 7

CÂMBIO		
EM 25/09/2018		
	Compra	Venda
Dólar	4,122	4,122
Euro	4,851	4,852

Fonte: BACEN

Índice de produção sobe para 54,1 pontos em agosto ante 52,2 em julho

25/09/2018 – Fonte: Tribuna PR

A produção nas fábricas brasileiras voltou a aumentar de ritmo em agosto, de acordo com sondagem divulgada nesta segunda-feira, 24, pela Confederação Nacional da Indústria (CNI). Em uma escala na qual valores acima dos 50 pontos significam crescimento, o desempenho do setor alcançou 54,1 pontos, superior aos 52,2 pontos de julho.

“Trata-se do segundo aumento mensal consecutivo da produção, fato comum na passagem de julho para agosto, tendo em vista a necessidade de maior produção para atender vendas de fim de ano. Esse crescimento só não ocorreu em 2014 e 2015, anos de queda da produção industrial”, avaliou a CNI, no documento.

Com maior produção, também houve redução na ociosidade do parque industrial no mês passado. A Utilização da Capacidade Instalada (UCI) passou de 68% em julho para 69% em agosto.

O resultado é três pontos percentuais (p.p.) superior à média para o mês entre 2015 e 2017, mas 5 p.p. inferior à medida registrada em agosto entre 2011 e 2014. Com isso, o índice que mede a UCI em relação ao usual para o período chegou a 45,3 pontos.

Os estoques da indústria acima do planejado no mês passado, com indicador em 51,2 pontos. Já o emprego na indústria continuou em retração, embora menor que a registrada em julho, com índice de 49,1 pontos em agosto ante 48,5 pontos no mês anterior.

Expectativas

Embora tenha havido melhora nos indicadores presentes, a sondagem mostra uma piora nas expectativas dos empresários da indústria para os próximos seis meses. Em uma escala na qual valores acima de 50 pontos significam otimismo, a intenção de investimento passou de 51 pontos para 50,8 pontos.

Já o índice de demanda recuou de 57,8 pontos para 56 pontos em agosto. A perspectiva de compra de matéria-prima passou de 54,8 pontos para 54,2 pontos. A expectativa com relação às exportações também piorou, de 55 pontos para 53,3 pontos.

“A redução do otimismo está relacionada com a frustração da demanda que pode ser percebida pelo acúmulo indesejado nos estoques. Além disso, o aumento da incerteza também pode ter afetado o ânimo dos empresários”, avaliou o economista da CNI, Marcelo Azevedo.

Indústria consegue reduzir ociosidade

25/09/2018 – Fonte: DCI

A atividade apresentou ligeira melhora em agosto e a utilização da capacidade atingiu 69% no mês

A atividade industrial apresentou ligeira melhora na passagem de julho para agosto, informou nesta segunda-feira (24) a Confederação Nacional da Indústria (CNI). Segundo a sondagem, a utilização da capacidade instalada passou de 68% para 69% no mês.

A produção nas fábricas voltou a aumentar de ritmo em agosto, de acordo com a sondagem da CNI.

Em uma escala em que valores acima dos 50 pontos significam crescimento, o desempenho do setor alcançou 54,1 pontos no mês passado, superior aos 52,2 pontos de julho.

“Trata-se do segundo aumento mensal consecutivo da produção, fato comum na passagem de julho para agosto, tendo em vista a necessidade de maior produção para atender vendas de fim de ano. Esse crescimento só não ocorreu em 2014 e 2015, anos de queda da produção industrial”, disse a entidade em relatório do indicador.

A sondagem industrial também mostrou um acúmulo indesejado dos estoques, que ficaram acima do planejado em agosto.

De acordo com a CNI, trata-se do segundo mês de aumento consecutivo do indicador em um período de atividade que deveria ser normalmente um pouco mais forte.

Expectativas

Embora tenha havido melhora nos indicadores, a sondagem mostra uma piora nas expectativas dos empresários da indústria para os próximos seis meses.

Em uma escala em que valores acima de 50 pontos significam otimismo, a intenção de investimento passou de 51 pontos para 50,8 pontos.

Já o índice de demanda recuou de 57,8 pontos para 56 pontos no mês passado.

A perspectiva de compra de matéria-prima passou de 54,8 pontos para 54,2 pontos. Em relação às exportações, passou de 55 pontos para 53,3 pontos.

Uso de robô colaborativo na indústria deverá duplicar a cada um ano e meio

25/09/2018 – Fonte: DCI (publicado em 24-09-2018)

Capazes de trabalhar ao lado do ser humano, cobots são considerados a grande aposta do setor de robótica industrial; oferta de locação do ativo e sucesso na interlocução com governo são trunfos



Pollux implementou mais de 200 robôs colaborativos no País apesar de momento desafiador da indústria

Capazes de interagir com seres humanos no chão de fábrica, os robôs colaborativos devem se tornar protagonistas na automação da indústria brasileira. Se a robótica no setor deve evoluir 33% anuais no País até 2020, a expectativa para os chamados cobots é de alta de 71% ao ano até 2021.

“Apesar da recessão e da redução do tamanho da indústria, planejamos um crescimento acelerado no Brasil. O mercado de robótica colaborativa vai praticamente dobrar a cada um ano e meio”, afirmou ao DCI o gerente para Brasil, Argentina e Chile da multinacional dinamarquesa Universal Robots (ou UR), Denis Pineda.

Direcionando “todo o entusiasmo” para a robótica colaborativa, a empresa estima possuir cerca de 60% do *share* global na categoria. Segundo Pineda, os *cobots* eram em 2015 apenas 2% de todo o mercado de robótica industrial – que, ao todo, somou 294 mil unidades instaladas no mundo em 2016, de acordo com a Federação Internacional de Robótica (IFR).

No Brasil (onde 1,2 mil robôs industriais de todas as categorias foram contabilizados em 2016), um “empurrãozinho” do governo e o crescimento do modelo de locação estão aquecendo a demanda pelos *cobots*.

Uma das medidas que beneficiou a vertical “foi a zeragem do imposto da importação após mostrarmos que haveria benefícios no caso dos robôs colaborativos”, de acordo com o coordenador para indústria 4.0 da Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI), Bruno Jorge.

Vinculada ao Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC), a ABDI também cita a importância de uma nota técnica publicada em março após trabalho conjunto da agência e do Ministério do Trabalho.

Anexada à Norma Regulamentadora 12 (NR-12), a instrução criou regras e diretrizes de segurança específicas para o uso dos *cobots* na indústria.

“A norma original tratava do robô como um robô cercado. Como o colaborativo trabalha lado a lado com a pessoa, havia insegurança jurídica em relação ao uso”, lembra Jorge. Para Pineda, o “paradigma do robô enclausurado” está se tornando algo do passado.

De acordo com o executivo da UR, a mudança na mentalidade estaria “criando mercado para aplicações” que não eram robotizadas – sobretudo quando envolvem operações repetitivas. “O setor automotivo sempre se destacou, mas entre os robôs

colaborativos há muita demanda das indústrias de bens de consumo, como alimentos”, afirmou Pineda.

“Também temos muitas indústrias de higiene, limpeza e farmacêutica [usando *cobots*]”, adicionou o CEO da Pollux (especializada em automação industrial), José Rizzo.

Locação

A Pollux é uma das quatro distribuidoras da UR no Brasil. De acordo com Rizzo, a empresa catarinense já implementou aproximadamente 200 robôs colaborativos no País.

Deste total, “mais ou menos 100” foram contratados através do modelo de locação. “Transformar capex [investimento] em opex [gasto operacional] faz sentido para o industrial em todos os aspectos”, completou Rizzo, que também destacou a necessidade bem menor de aportes.

Segundo o empresário, um robô colaborativo “de entrada” custaria, sozinho, R\$ 180 mil. Com adequação, implementação e dependendo da aplicação desejada, a aquisição do ativo poderia custar entre R\$ 300 mil e R\$ 500 mil.

No modelo de locação, o uso do ativo ficaria entre R\$ 8 mil e R\$ 10 mil mensais “com tudo incluso”, segundo o CEO da Pollux. Os contratos na modalidade têm, na maior parte das vezes, 48 meses de duração. De acordo com Rizzo, 80% da carga de manutenção exigida pelos *cobots* pode ser realizada de maneira remota. A oferta estaria chamando atenção até mesmo de industriais de pequeno e médio porte.

Apesar de não atuar apenas com robôs colaborativos (a Pollux também fornece a robótica industrial “tradicional”), o plano da empresa brasileira é “alcançar mil robôs colaborativos locados”. Para tal, um capital extra para a aquisição do ativo será necessário antes da disponibilização como serviço.

“Precisamos de uma combinação de *equity* e financiamento e estamos em uma série de reuniões com potenciais investidores”, informou Rizzo.

Desafio

Apesar do otimismo do mercado de *cobots*, a incerteza eleitoral e a recente alta do dólar acabaram afetando algumas decisões de investimento no Brasil. “O cenário eleitoral ‘deu uma segurada’, o que é compreensível”, lembrou Rizzo, citando impacto reduzido na modalidade de locação.

Pineda, da UR, vai pelo mesmo caminho. “Com a desvalorização do real, os *cobots* começaram a custar mais. E segundo nossos distribuidores, muita gente está esperando a eleição”. Dessa forma, “o último trimestre será uma incógnita”. O cenário, contudo, não assusta. “A dúvida é se eles investem agora ou no ano que vem. O que está claro é que a demanda vai continuar subindo”, afirmou.

Pequenas indústrias têm dificuldade para obter crédito

25/09/2018 – Fonte: Tribuna PR

Com a economia em ritmo lento, só metade das micro e pequenas indústrias paulistas que tentaram obter crédito em julho conseguiu, o equivalente a 6% do total. A retração da atividade industrial também contribuiu para a queda da busca por crédito, de 16% para 12% das empresas, em um mês.

O levantamento, do Sindicato das Micro e Pequenas Indústrias do Estado de São Paulo (Simpipi), aponta que no comparativo anual de agosto, até a busca por recursos para

capital de giro, a modalidade de crédito usada para manter a empresa respirando, caiu.

“A estimativa é que o crédito não irá voltar aos patamares pré-crise antes de 2022. Os últimos dados positivos que tivemos para a micro e pequena indústria são de 2014 e quase 70% das empresas correm risco de fechamento. Vamos ter mais um ano perdido”, lamenta o presidente do Simpi, Joseph Couri.

Ao contrário do que o setor imaginava no começo do ano, as consultas por crédito ainda continuam estagnadas em relação a 2017. Entre os motivos apontados pelos industriais de pequeno porte estão a lentidão da recuperação da economia e a falta de clareza nos rumos do País a partir do ano que vem.

Além das barreiras para tomar financiamento para capital de giro, o empresário não encontra apoio para investir. Dona de uma pequena fábrica de materiais esportivos, Nathalie Mikellides tentou um empréstimo de R\$ 80 mil, para comprar maquinário e aumentar a capacidade de produção do negócio, por meio de uma linha de crédito para pequenas empresas, mas a resposta foi decepcionante.

“Eu tinha todos os documentos em dia, todo o cadastro limpo, mas não aprovaram o valor que pedi. No fim, disseram que eu só teria direito a R\$ 2 mil.”

Procurada, a Federação Brasileira de Bancos (Febraban) disse que as políticas e critérios para concessão de crédito variam de banco para banco, de acordo com a estratégia comercial de cada instituição.

A empresários em NY, Temer diz que vai tentar votar a Previdência após eleição

25/09/2018 – Fonte: Tribuna PR (publicado em 24-09-2018)

Em encontro com empresários americanos e brasileiros nesta segunda-feira, 24, em Nova York, o presidente Michel Temer disse que, após o resultado das eleições, irá trabalhar para emplacar a reforma da Previdência. “Procurarei o presidente eleito. E tenho certeza que, ao procurá-lo, ele atentará para o fato de que a medida é indispensável. Não é essencial para um governo, é essencial para o Brasil”, disse Temer, apostando superar o que chamou de “dificuldade de natureza eleitoral” para aprovar a reforma nos dois meses finais de seu mandato.

Ao falar sobre eleições, ele afirmou ainda que não há espaço para alternativas políticas à democracia no País. “Hoje não existe no Brasil qualquer espaço político para que prosperem alternativas ao estado democrático de direito”, afirmou.

“Nós consolidamos três consensos fundamentais (desde a Constituição Federal de 1988): primeiro, em torno da democracia. Depois, em torno da estabilidade macroeconômica. E em torno do imperativo das políticas sociais”, afirmou o presidente. Ele disse que não tem a intenção de “prever cenários”, mas sim apresentar elementos sobre a dinâmica brasileira.

“Vamos ser bastante objetivos, o fato é que os principais candidatos podem discordar sobre muita coisa, mas coincidem quanto a cada um dos três contextos. Nenhum deles pôs em dúvida a democracia, e nem haveria espaço para isso”, disse Temer, garantindo aos empresários que “não haverá volta atrás” em reformas empreendidas em seu governo, como a trabalhista ou o teto dos gastos públicos. “As (reformas) que ainda estão por fazer são inevitáveis”, disse, em menção à reforma tributária e da Previdência.

O presidente fez um balanço de seu governo, destacando o que considerou reformas, marcos regulatórios em infraestrutura e avanços econômicos que, segundo ele,

fizeram a inflação recuar, a taxa básica de juros cair e o desemprego estancar. "Nós vencemos a crise", disse Temer, ressaltando que o Brasil é um país atrativo para investidores.

"O nosso governo prestigiou e prestigia a iniciativa privada, tanto a nacional, como a estrangeira. Sabemos que o Estado não pode nem deve fazer tudo, é o setor privado que cria emprego, riqueza e renda. Esse é o novo Brasil que estamos construindo", disse o presidente.

Temer destacou o mercado de 208 milhões de consumidores, agricultura "avançadíssima e competitiva" e um parque industrial "moderno e diversificado". "E há um fato político importante, nós estamos distantes de focos de tensão geopolíticas, nós vivemos em paz com nossos vizinhos", disse Temer. Aos investidores e empresários, ele afirmou que as instituições brasileiras são "fortíssimas".

Ele falou sobre a emenda que estabeleceu um teto nos gastos públicos como uma das formas de "encarar" os problemas. "O que nós fizemos foi reduzir os gastos, estabelecer um teto, e o fizemos com grande responsabilidade. A emenda constitucional que aprovamos prevê um prazo mínimo de dez anos para que possa haver uma revisão", disse Temer.

O presidente falou que "os empregos estão voltando" no Brasil e que a reforma trabalhista foi uma iniciativa para tornar a legislação adequada aos tempos contemporâneos. Segundo ele, a reforma foi feita através de diálogo com o Congresso e setores produtivos.

O evento foi organizado em Nova York pela Brazil-U.S. Business Council. Na terça-feira, 25, Temer faz o discurso de abertura da 73ª Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU). Participam da comitiva de Temer os ministros Moreira Franco (Minas e Energia), Ronaldo Fonseca (Secretaria-Geral), Aloysio Nunes (Itamaraty) e Sérgio Etchegoyen (SGI) e os embaixadores Mauro Vieira (embaixador do Brasil junto à ONU) e Sérgio Amaral (embaixador do Brasil em nos EUA).

Viagens corporativas crescem 11,9% no 2º trimestre

25/09/2018 – Fonte: Tribuna PR (publicado em 24-09-2018)

As vendas relacionadas a viagens de negócios somaram R\$ 2,495 bilhões no segundo trimestre deste ano, cifra 11,9% superior à verificada em igual período de 2017. Os dados são da Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas (Abracorp), que compila as vendas nos segmentos aéreo, de hotelaria, outros transportes e demais serviços de 28 associadas.

No segmento aéreo nacional, as vendas de bilhetes a viajantes de negócios atingiram R\$ 853,74 milhões no período, montante 1,8% maior na comparação anual, mas a quantidade de passagens vendidas caiu 3,0%.

Entre as empresas, a Gol seguiu na liderança do mercado corporativo doméstico, com 32,1% das vendas no trimestre, praticando uma tarifa média de R\$ 599. Logo em seguida, vem a Azul: a companhia alcançou 32,0% de *market share* e apresentou as tarifas mais altas no trimestre (R\$ 727, em média) entre as seis empresas pesquisadas.

O restante do mercado corporativo nacional fica dividido entre Latam (26,5%), Avianca (8,7%), Passaredo (0,4%) e MAP (0,3%).

Na divisão aérea internacional, as vendas de passagens a viajantes de negócios somaram R\$ 749,89 milhões, uma alta 9,0% ante o segundo trimestre de 2017, enquanto a quantidade vendida subiu 9,6%. Nesse segmento, a Latam tem 18,0% de

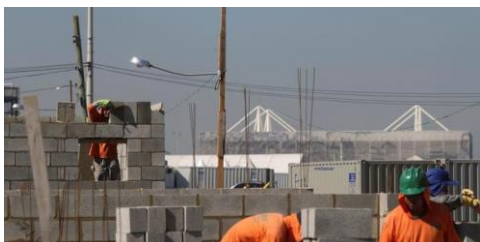
market share, seguida pela American Airlines, com 13,0% – das grandes aéreas brasileiras, Gol tem 1,65%, e Azul, 0,89%.

Os resultados trimestrais foram positivos para 12 dos 16 indicadores de vendas apurados. Os desempenhos negativos vieram no segmento internacional, especificamente para locadoras, transfers, seguro viagem e demais serviços.

Confiança da construção do Brasil sobe em setembro com melhora das expectativas, diz FGV

25/09/2018 – Fonte: DCI

Índice atingiu em setembro 80,3 pontos depois de avançar 0,9 ponto na comparação com agosto



Confiança da construção do Brasil sobe em setembro com melhora das expectativas, diz FGV

As expectativas sobre os próximos meses se fortaleceram e a confiança da construção no Brasil voltou a avançar em setembro, informou a Fundação Getúlio Vargas (FGV) nesta terça-feira.

O Índice de Confiança da Construção (ICST) atingiu em setembro 80,3 pontos depois de avançar 0,9 ponto na comparação com agosto, embora o resultado não tenha sido suficiente para recuperar a queda de 1,6 ponto vista em agosto.

"As expectativas voltaram a crescer, mas sem conseguir recuperar o patamar pré-greve dos caminhoneiros. Houve um ajuste para baixo na percepção relativa ao cenário no curto prazo que afetou o setor como um todo", explicou a coordenadora de Projetos da Construção da FGV/IBRE, Ana Maria Castelo, em nota.

"No entanto, as empresas de infraestrutura, mais suscetíveis ao ambiente de incerteza atual, foram mais impactadas e ainda não mostram sinais de melhora na confiança", completou ela.

Tanto a avaliação sobre a situação atual quanto as expectativas para os próximos meses mostraram melhora neste mês.

O Índice da Situação Atual (ISA-CST) avançou 0,7 ponto, para 72,4 pontos, registrando seu maior nível desde junho de 2015, impactado principalmente pelo indicador que mede a percepção sobre a situação atual da carteira de contratos.

Por sua vez, o Índice de Expectativas (IE-CST) subiu 1,2 ponto, para 88,7 pontos em setembro, embora o resultado tenha sido insuficiente para recuperar a queda sofrida no mês anterior. O resultado positivo deveu-se a uma perspectiva mais otimista em relação a demanda para os próximos três meses.

Na segunda-feira, a FGV informou que a confiança do consumidor brasileiro diminuiu em setembro pelo segundo mês seguido devido à piora das expectativas para os próximos meses, em meio à frustração com a recuperação lenta do mercado de trabalho.

Em nota separada, a FGV disse ainda que o Índice Nacional de Custo da Construção-M (INCC-M) desacelerou a alta no mês a 0,17 por cento, de 0,30 por cento em agosto.

Com dólar alto, transferências pessoais para o Brasil têm forte alta em agosto

25/09/2018 – Fonte: Tribuna PR (publicado em 24-09-2018)

A alta do dólar ante o real fez as transferências pessoais – aquelas em que uma pessoa física no exterior remete recursos para sua família no Brasil – terem forte alta em agosto. Dados do Banco Central mostram que, no mês passado, US\$ 72,1 milhões líquidos entraram no País. O montante equivalente a 13 vezes o que havia sido registrado em agosto de 2017 (US\$ 5,4 milhões). Em julho deste ano, as entradas haviam sido de US\$ 36,3 milhões.

Estes números refletem os envios de dinheiro ao Brasil já descontadas as remessas feitas por estrangeiros que estão aqui para suas famílias no exterior. Em coletiva de imprensa mais cedo, para apresentar as Estatísticas do Setor Externo, o chefe do Departamento de Estatísticas do BC, Fernando Rocha, destacou o aumento das remessas para o Brasil. “Este impacto muito pontual tem mais a ver com o câmbio do que com o aumento do número de brasileiros que moram no exterior”, afirmou Rocha.

Na prática, com a moeda americana mais cara, quem remete recursos para o Brasil consegue trocar uma mesma quantidade de dólares por um montante maior de reais. Isso acaba estimulando as remessas de quem trabalha fora para as famílias no Brasil.

Na última quinta-feira, dia 20, o BC editou uma circular para facilitar este tipo de operação. A partir de 1º de novembro, toda a burocracia para o envio de moeda e câmbio (troca de moeda estrangeira por reais) poderá ser feita no exterior, pelo remetente dos recursos, em seu próprio banco.

O destinatário receberá o dinheiro em sua conta corrente, em reais, sem a necessidade de fazer operações de câmbio ou arcar com custos adicionais. A novidade valerá para transferências equivalentes a até R\$ 10 mil.

Pelas regras antigas, o câmbio era feito no Brasil e havia custos para quem recebia o dinheiro.

De acordo com Rocha, não há estimativas de quanto essas remessas podem aumentar com as novas regras. Ele lembrou, no entanto, que a rubrica de transferências pessoais não tem, tradicionalmente, um peso tão importante para as contas externas brasileiras.

“Existem países, principalmente menores, nos quais o fluxo de pagamentos unilaterais pode ultrapassar até 15% do PIB. No caso do Brasil, não é assim”, afirmou. “O impacto aqui é menor, sentido mais ao nível regional ou em certos municípios.”

Gestoras de patrimônio crescem 10% mesmo com cenário adverso

25/09/2018 – Fonte: Tribuna PR (publicado em 24-09-2018)

Pouco a pouco, as gestoras de patrimônio vão conquistando um espaço que antes era só dos grandes bancos. O volume sob gestão dessas casas alcançou R\$ 98,6 bilhões, distribuídos por 6 mil grupos familiares ou investidores em junho deste ano – um avanço de 10% ante junho do ano passado, segundo a Anbima.

Gestores explicam que o avanço poderia ser maior, mas comemoram o fato de haver uma parcela da população preocupada com a gestão profissional do seu dinheiro – num momento em que está mais difícil saber onde aplicar.

Nos últimos dois anos, as gestoras de patrimônio foram beneficiadas pelo juro baixo, que obrigou as pessoas a turbinar as carteiras e olhar investimentos além do Tesouro Direto. Porém, a crise minou a geração de riqueza no País – e com isso desacelerou o processo de crescimento dessas casas. Em 2018, o avanço foi só de 2%.

O que segurou a tendência de alta foi justamente a falta de compreensão dos brasileiros sobre o universo dos investimentos e o aquecido mercado de fusões e aquisições – que, em 2018, teve o melhor semestre desde 2010. Com mais empresários vendendo participações, mais liquidez no mercado – e parte desses voluptuosos recursos vão para bancos ou gestoras.

Na Azimut Wealth Management, o presidente Antonio Costa conta que o crescimento de 40% no ano, para R\$ 5 bilhões, foi em parte sustentado pela captura dessa riqueza e pela valorização da figura do “advisor” (consultor). “As pessoas estão acuadas, precisam mais de alguém que diga ‘calma’ e oriente”, diz. “Não é enviar um questionário; tem de entender a dinâmica desses investidores e dessas famílias de forma holística, principalmente em um momento como este.” Reflexo dessa preocupação é a alocação de mais de 50% do volume total do setor estar em renda fixa.

Para o diretor da Ativa Wealth Management, Arnaldo Curvello, o crescimento da gestora ainda é muito pequeno, sobretudo se comparado ao saldo de R\$ 700 bilhões parados na poupança. Para traçar um paralelo, nos Estados Unidos, as maiores casas têm US\$ 700 bilhões sob o guarda-chuva. “É uma tendência as pessoas procurarem pela gestão profissional, mas ainda estamos muito atrasados.” A casa também tem R\$ 5 bilhões sob gestão.

O cenário atual, porém, deixa o potencial da indústria represado, aponta Jan Karsten, presidente da GPS, do grupo suíço Julius Baer, com R\$ 28 bilhões. “Se o mercado de capitais aquecer, o gestor de patrimônio vai crescer a uma taxa maior que a dos private bankings”, diz. “Por outro lado, se as coisas piorarem, há um risco de maior saída de brasileiros para Estados Unidos e Portugal, por exemplo. Isso é um fator preocupante.”

Mais acessível. O avanço das casas independentes trava ainda na ideia de que são feitas apenas para grandes fortunas, como em family offices. De fato, gestoras mais consolidadas, como a GPS, têm foco nesse público; mas, aos poucos, novos nomes aparecem para “popularizar” a gestão de patrimônio no País.

É o caso da Fiduc, que permite a gestão de R\$ 5 mil, apesar de aconselhar ter pelo menos R\$ 50 mil. Diferentemente dos bancos, em que o gerente recebe pelos produtos, na Fiduc, os administradores são remunerados com base em uma taxa fixa sobre o patrimônio do cliente.

“As pessoas têm medo de investir ou fazem escolhas ruins. Um exemplo é a Bolsa: todo mundo entra na alta”, explica Valter Police responsável pela Academia Fiduc. “É comportamental. Por isso, é preciso uma gestão profissional.”

Projeção para alta do PIB de 2018 passa de 1,36% para 1,35%, mostra Focus do BC

25/09/2018 – Fonte: Tribuna PR (publicado em 24-09-2018)

A expectativa de alta para o PIB este ano passou de 1,36% para 1,35%, conforme o Relatório de Mercado Focus, divulgado nesta segunda-feira, 24, pelo Banco Central. Há quatro semanas, a estimativa era de crescimento de 1,47%. Para 2019, o mercado manteve a previsão de alta do PIB de 2,50%, igual ao visto quatro semanas atrás.

No fim de julho, o BC reduziu sua projeção para o PIB em 2018, de 2,6% para 1,6%. A instituição atribuiu a mudança na estimativa à frustração com a economia no início do ano.

No fim de agosto, foi a vez de o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) informar que o PIB cresceu apenas 0,2% no segundo trimestre, em função dos efeitos da greve dos caminhoneiros ocorrida em maio e junho. No primeiro semestre, a alta acumulada foi de 1,0%.

No relatório Focus desta segunda, a projeção para a produção industrial de 2018 foi de alta de 2,67% para elevação de 2,78%. Há um mês, estava em 2,61%. No caso de 2019, a estimativa de crescimento da produção industrial seguiu em 3,00%, igual ao visto quatro semanas antes.

A pesquisa Focus mostrou ainda que a projeção para o indicador que mede a relação entre a dívida líquida do setor público e o PIB para 2018 seguiu em 54,32%. Há um mês, estava em 54,25%. Para 2019, a expectativa passou de 57,75% para 57,90%, ante os 57,40% de um mês atrás.

IPC-Fipe avança 0,36% na 3ª quadrissemana de setembro

25/09/2018 – Fonte: Tribuna PR (publicado em 24-09-2018)

O Índice de Preços ao Consumidor (IPC), que mede a inflação na cidade de São Paulo, subiu 0,36% na terceira quadrissemana de setembro, acelerando em relação à alta de 0,30% verificada na segunda quadrissemana deste mês, segundo dados publicados hoje pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe).

Na terceira prévia de setembro, ganharam força ou reduziram a deflação os segmentos de Alimentação (de -0,43% na segunda quadrissemana para -0,01% na terceira), Transportes (de 0,13% para 0,59%) e Educação (de 0,11% para 0,13%).

Por outro lado, perderam força ou passaram à deflação os componentes de Habitação (de 0,36% na segunda quadrissemana para 0,27% na terceira), Despesas Pessoais (de 1,71% para 1,32%), Saúde (de 0,60% para 0,35%) e Vestuário (de 0,00% para -0,17%).

Veja abaixo como ficaram os componentes do IPC-Fipe na terceira quadrissemana de setembro:

- Habitação: 0,27%
- Alimentação: -0,01%
- Transportes: 0,59%
- Despesas Pessoais: 1,32%
- Saúde: 0,35%
- Vestuário: -0,17%
- Educação: 0,13%
- Índice Geral: 0,36%

Tarifa deve subir acima da inflação em 2019

25/09/2018 – Fonte: Tribuna PR (publicado em 24-09-2018)

Os preços monitorados devem continuar subindo acima da inflação no ano que vem, porém num ritmo menor do que o registrado neste ano e em 2017, que foi de 8%.

Neste momento, a LCA Consultores espera um aumento de 5,3% dos preços monitorados em 2019 para uma inflação de 4,1%. André Braz, economista do Instituto Brasileiro de Economia da FGV e coordenador de Índices de Preços, espera uma

inflação medida pelo IPCA em torno de 4,5% para 2019, com os preços administrados subindo entre 5% e 6%.

“Essa situação pode permanecer o ano que vem exatamente pela dificuldade do setor elétrico”, diz Braz.

Ele explica que os incentivos para economia crescer em 2019 demandarão mais energia, num ano em que as previsões são de um volume menor de chuvas e ainda sem contar com os investimentos que não foram feitos no setor nos últimos anos.

O economista acrescenta outros fatores que poderão jogar mais lenha na inflação dos administrados em 2019. “Os movimentos no diesel deste ano poderão se refletir nos reajustes dos ônibus urbanos em 2019.”

Passada a eleição, o economista não acha que a cotação do dólar em relação real deva voltar aos níveis anteriores. Se a previsão do economista se confirmar, a valorização do dólar poderá pressionar os custos da indústria química, que tem muitas matérias-primas importadas. “Isso poderá ter impactos no reajuste do remédio, um preço monitorado, que ocorre todos os anos em maio.”

Possibilidade de alta de juros em 2019 aumenta os aportes em Tesouro Selic

25/09/2018 – Fonte: DCI

Estoque de títulos públicos federais pós-fixados aumentou R\$ 201 bilhões em oito meses de 2018, passando do volume de R\$ 1,121 trilhão em dezembro, para R\$ 1,322 trilhão em agosto último



A perspectiva de que a taxa básica de juros pós-fixada possa subir dos atuais 6,5% ao ano, para 8% ao ano em 2019, incentiva aportes de investidores institucionais (fundos) e de pessoas físicas em Tesouro Selic, o principal título público emitido pelo governo.

De acordo com dados divulgados ontem pelo Tesouro Nacional, a expansão do estoque em títulos públicos vinculados à taxa Selic aumentou em R\$ 201 bilhões no ano, do volume de R\$ 1,121 trilhão em dezembro de 2017, para R\$ 1,322 trilhão no final do último mês.

Se descontada uma valorização nominal de 4,61% deste ano nesse estoque de títulos com taxa flutuante, a expansão líquida em Tesouro Selic é superior ao montante de R\$ 150 bilhões.

“Por causa das incertezas [políticas], os investidores estão com muito receio de aplicações em prefixados. Neste aspecto, considerando que a expectativa é que a taxa Selic suba, vai compensar mais investir em pós-fixados”, afirma a economista do App Renda Fixa, Fernanda Fonseca.

De fato, a Pesquisa Focus divulgada ontem pelo Banco Central (BC) mostrou que os analistas e economistas consultados pelo levantamento apontam que a taxa Selic chegará a 8% em 2019 e se manterá neste patamar no horizonte de 2020 e 2021.

Se considerada que mesma pesquisa que a inflação medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) ficará controlada na faixa dos 4% ao ano a 4,25% ao ano, a aplicação em pós-fixados como o Tesouro Selic pagará retornos reais entre 3,75% e 4% ao ano. "A vantagem do Tesouro Selic é a liquidez diária, enquanto a marcação a mercado dos prefixados confunde muito a cabeça do investidor pessoa física", diz Fernanda.

De acordo com os dados do Tesouro Nacional, os fundos de investimentos foram os principais compradores de Tesouro Selic em 2018. A participação percentual desses títulos pós-fixados entre os papéis públicos detidos pelos fundos cresceu de 60,7% em dezembro, para 65,2% em agosto.

"Desde aquela reunião do Copom [em 16 de maio] que decidiu não baixar a Selic para 6,25% ao ano, houve um reposicionamento dos fundos", lembrou o economista-chefe da Infinity Asset, Jason Vieira.

Ele contou que os fundos aumentaram significativamente as posições em Tesouro Selic não só em carteiras de renda fixa de duração baixa e risco soberano, mas também em outras categorias. "Os multimercados [macro] também", diz.

Em números até agosto, a participação dos gestores no estoque total da dívida doméstica até avançou, de 25,18% em dezembro (R\$ 864,62 bilhões), para 26,28% em agosto passado (R\$ 954,30 bilhões).

Os dados mais recentes da Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima) confirmam captações líquidas expressivas tanto na renda fixa conservadora, como na categoria de multimercados.

Até 18 de setembro último, as carteiras de renda fixa de duração baixa (curto prazo) e risco soberano (concentradas em títulos públicos) mostravam captação líquida de R\$ 32 bilhões no ano, liderando entre as diferentes subcategorias de fundos de renda fixa.

No mesmo período, os multimercados macro exibiam captação líquida de R\$ 21,5 bilhões, também bem superior a outras subcategorias consideradas atrativas como multimercados livre (R\$ 10,1 bilhões) e de multimercados de investimento no exterior com R\$ 9 bilhões em aportes.

Além da aplicação indireta por cotistas via fundos de investimentos, os aplicadores pessoas físicas que utilizam o programa de compra e venda de títulos públicos pela internet (Tesouro Direto) também voltaram a aportar mais recursos em pós-fixados.

Como exemplo, em dezembro do ano passado, esse público de varejo adquiriu, diretamente, R\$ 468,4 milhões de papéis atrelados à Selic, com compras líquidas de R\$ 52,2 milhões após resgates. Naquele mês, o Tesouro Direto registrou saída líquida de R\$ 42,2 milhões em recursos.

Já no último mês, as compras diretas em Tesouro Selic atingiram R\$ 668,3 milhões, sendo R\$ 228,3 milhões de captação líquida neste título após resgates de R\$ 440 milhões.

Ao todo, o Tesouro Direto registrou captação positiva R\$ 471,1 milhões no período. Ou seja, em termos comparativos, há mais aportes em títulos federais pós-fixados atualmente do que no final de 2017.

Rentabilidade passada

Quanto aos ganhos brutos, antes da cobrança do imposto de renda, o Tesouro Selic com vencimento em 2021 mostrou rentabilidade de 6,66% nos últimos 12 meses até ontem.

As carteiras de renda fixa de duração baixa e risco soberano registraram performance de 5,94% em 12 meses até 18 de setembro, enquanto os multimercados macro exibiram ganhos de 7,4% na mesma base de comparação.

Mas, como observam os economistas, essa performance é um retrato do passado, quando a taxa básica de juros esteve em baixa e em seu menor patamar da série histórica. Ao investidor pessoa física ou cotista de fundo que for aportar recursos no horizonte de um ano ou dois anos de permanência, o ganho será maior.

“O ideal é que a pessoa fique pelo menos dois anos na aplicação para pagar a menor alíquota do imposto de renda, que é de 15% sobre os ganhos”, diz Fernanda Fonseca. Tanto o Tesouro Selic como fundos DI e CDBs DI têm alíquotas maiores de IR no curto prazo.

Etanol sobe em 18 Estados e no DF, diz ANP; preço médio avança 0,82% no País

25/09/2018 – Fonte: Tribuna PR (publicado em 24-09-2018)

Os preços do etanol hidratado subiram nos postos de 18 Estados brasileiros e do Distrito Federal na semana passada, segundo levantamento da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) compilado pelo AE-Taxas. Em outros sete Estados houve alta e no Ceará os preços ficaram estáveis.

Na média dos postos brasileiros pesquisados pela ANP, houve alta de 0,82% no preço do etanol na semana passada. A maior alta porcentual entre todos os avaliados na semana passada, de 2,64%, foi no Amapá. A maior baixa no preço do biocombustível na semana passada, de 1,83%, foi no Amazonas.

Em São Paulo, principal Estado produtor e consumidor, a cotação média do hidratado avançou 0,69% sobre a semana anterior, de R\$ 2,623 para R\$ 2,641 o litro. No período de um mês os preços do combustível avançaram 9% nos postos paulistas.

Além de São Paulo, a maior alta mensal, no período de um mês os preços do etanol subiram em 17 Estados e no Distrito Federal e caíram sete unidades da federação pesquisadas.

No Amapá não houve avaliação nos preços há um mês e, por isso, não houve base de comparação com a semana passada.

O destaque de queda mensal foi Alagoas, com recuo de 3,70%. Na média brasileira o preço do etanol pesquisado pela ANP acumulou alta de 6,99% na comparação mensal. O preço mínimo registrado na semana passada para o etanol em um posto foi de R\$ 2,179 o litro, em São Paulo, e o máximo individual ficou de R\$ 4,799 o litro, no Rio Grande do Sul. São Paulo tem também o menor preço médio estadual, de R\$ 2,641 o litro, e o maior preço médio ocorreu nos postos do Acre, de R\$ 4,034 o litro.

Competitividade

Mesmo com as altas consecutivas, os preços médios do etanol continuam vantajosos sobre os da gasolina nos cinco Estados entre os maiores produtores do País – São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Goiás e Mato Grosso. O uso do bicomcombustível é também favorável ao consumidor do Rio de Janeiro e do Distrito Federal.

O levantamento da ANP compilado pelo AE-Taxas considera que o etanol de cana ou de milho, por ter menor poder calorífico, tenha um preço limite de 70% do derivado de petróleo nos postos para ser considerado vantajoso.

Em Mato Grosso, o hidratado é vendido em média por 57,83% do preço da gasolina, em São Paulo por 59,83%, em Goiás em 60,04% e em Minas Gerais a 60,74%.

No Paraná, a paridade está em 64,30%, no Rio de Janeiro em 67,00% e no Distrito Federal em 68,85%. Na média brasileira, a paridade é de 60,86% entre os preços médios do etanol e da gasolina, também favorável ao biocombustível.

A gasolina é mais vantajosa no Amapá, com a paridade de 91,53% para o preço do etanol.

Minas Gerais paga contrato de carros da GM

25/09/2018 – Fonte: Tribuna PR (publicado em 24-09-2018)

O governo de Minas Gerais teria quitado o contrato de R\$ 24 milhões com a montadora General Motors relativo à compra de 323 carros que foram entregues entre abril e maio deste ano, afirmou uma fonte com conhecimento do assunto ao jornal O Estado de S. Paulo. Há cerca de duas semanas, a montadora havia conseguido liminar na Justiça que exigia a devolução dos veículos. Com a quitação, a ação será encerrada.

Segundo apurou o jornal O Estado de S. Paulo com fonte próxima ao assunto, a ação judicial foi uma forma de pressionar pelo pagamento. Além disso, foi uma maneira que a companhia americana encontrou de não cair nas dívidas pagas por precatórios, o que pode significar cerca de uma década de espera para receber, em meio ao caos financeiro do governo mineiro.

Conforme apurou a reportagem, os carros do modelo Spin são veículos de passeio e eram usados para transporte de servidores e cidadãos. Os veículos foram entregues pouco antes do início da campanha do governador Fernando Pimentel (PT) à reeleição. A renovação da frota estadual foi tema de propagandas de rádio e TV do candidato.

O pagamento também evitou um prejuízo à GM. Isso porque, caso recebesse os carros de volta, a estratégia provavelmente seria revendê-los rapidamente, por um valor bem abaixo do cobrado por automóveis novos.

Procurado, o governo de Minas Gerais não respondeu os contatos da reportagem. A GM não quis comentar.

Montadoras e autopeças devem buscar seu propósito

25/09/2018 – Fonte: Automotive Business (publicado em 24-09-2018)



Jaime Troiano diz que muitas companhias têm dificuldade de identificar o real porquê de existirem

Para Jaime Troiano, sucesso depende da capacidade de identificar a própria relevância

Montadoras e fabricantes de **autopeças** não estariam dando a importância necessária ao seu real propósito, ou seja, ao porquê de existirem. O alerta partiu do presidente

da Troiano Branding, Jaime Troiano, durante o VI Fórum de Marketing Automotivo, realizado por **Automotive Business** em 24 de setembro no Milenium Centro de Convenções, em São Paulo.

Troiano recorda que trabalha de maneira direta ou indireta há um bom tempo com fabricantes de veículos e componentes e lembra que muitos deles pregam como missão e valores coisas muito iguais, mas têm dificuldade de encontrar o real propósito de sua existência.

"O propósito não é uma causa nem uma boa sacada, mas o nosso porquê de existir", diz o executivo.

Em sua apresentação, Jaime Troiano utilizou como exemplo o case da Sintel, empresa de TI com 30 anos de experiência no supply chain automotivo, na qual ajudou a identificar o propósito. Nela, ele encontrou o conjunto necessário de fatores que constroem o propósito.

"Têm pessoas guiadas pelo conhecimento, protagonismo, consegue integrar talentos, catalisar soluções, tem um núcleo regulador de informações e ainda assim mantém a atitude de eterno aprendiz", define Troiano. Depois de algum tempo e conhecimento da empresa foi possível construir o slogan "Nós conectamos, você avança".

Ainda em sua apresentação, Jaime Troiano mostrou por um estudo que empresas com propósito conseguem gerar mais resultados em médio e longo prazos. "Ele (o propósito) fortalece a marca e alimenta os resultados da empresa", conclui.

ABX19 chega para inspirar a transformação do setor automotivo

25/09/2018 – Fonte: Automotive Business (publicado em 24-09-2018)

Evento nasce com a meta de dar novas ferramentas para que líderes conduzam a indústria na nova era da mobilidade

"As pessoas vão esquecer o que você fez, as pessoas vão esquecer o que você disse, mas as pessoas nunca vão esquecer o que você fez elas sentirem." A frase visionária da poetisa, dramaturga e atriz norte-americana, Maya Angelou, falecida há quatro anos, expressa o desejo de Automotive Business ao desenhar o ABX19 – Automotive Business Experience 2019, na versão nua e crua, sem abreviações.

O evento acontece em 27 de maio do ano que vem com a meta de dar as ferramentas certas e inspirar a liderança do setor automotivo e de mobilidade a fazer as transformações necessárias para manter seus negócios relevantes, entregar o melhor aos consumidores e, principalmente à sociedade. O plano é ambicioso porque acreditamos que se é para sonhar, que seja alto.

O encontro reunirá 2 mil líderes e futuros líderes da indústria automotiva para receber conteúdo de mais de 120 palestrantes.

O **ABX19** se apoia em um tripé inédito na indústria automotiva que inclui fomentar o relacionamento, gerar conteúdo de alto valor e oferecer tudo isso em uma experiência única e marcante.

Serão **seis palcos** com palestras e painéis simultâneos em uma grande arena, com informações sobre mercado, tendências, dados, novas referências, mobilidade, além de muita inspiração – suprimento essencial para que as pessoas inovem.

Uma grande arena desenhada para que líderes automotivos assumam o **protagonismo da transformação** e encarem seus desafios bem preparados.

UM NOVO EVENTO PARA UM SETOR EM TRANSFORMAÇÃO

A indústria automotiva enfrenta sua mais profunda transformação desde que foi criada, há mais de 100 anos. Não é uma questão apenas tecnológica, é humana. As pessoas são o principal impulso da revolução ao buscar uma nova mobilidade, mais simples, segura e barata. Do outro lado, nas empresas, são também as pessoas que carregam a responsabilidade de entregar estas soluções.

Neste contexto, **Automotive Business** centra a sua atuação neste aspecto essencial: pessoas. Mais do que uma plataforma de conteúdo voltada ao setor automotivo e de mobilidade, somos um veículo focado nos seres humanos que conduzem estes segmentos. O propósito é sempre oferecer suporte e indicar caminhos para que os homens e mulheres que conduzem esta indústria no país estejam bem-informados, conscientes e prontos para encarar o cenário desafiador.

O **Automotive Business Experience** expressa esta intenção e nasce como um evento anual e como uma evolução natural do Fórum da Indústria Automobilística, que completaria 10 anos em 2019 e já não comportava mais todos os anseios que o segmento concentra. Será um encontro para profissionais inquietos que levarão o setor automotivo e de mobilidade para o futuro.

Peugeot 508 e 3008 terão novos motores híbrido plug-in

25/09/2018 – Fonte: Automotive Business (publicado em 2409-2018)



Modelos estrearão propulsores Hybrid e Hybrid4 a gasolina na Europa em 2019

A **Peugeot** anuncia sua nova gama de **motores híbrido plug-in** (Plug-In Hybrid) a gasolina que estreiam no segundo semestre de 2019 na Europa. A motorização Hybrid e a motorização Hybrid4 (tração nas 4 rodas) estreiam, respectivamente, nos novos 508 e Peugeot 3008. Adaptados para uma condução urbana ou off-road, os motores entregarão 225 cv ou 300 cv, com opção de tração simples ou integral.

O motor a combustão 1.6L PureTech foi adaptado para ganhar um alternador de arranque e uma frente de resfriamento específica. Nessa configuração, ele desenvolve 180 cv no Hybrid e 200 cv no Hybrid4, com tração 4X4. Ele está acoplado a um novo câmbio automático de oito marchas e-EAT8 (electric efficient automatic transmission) específico para as motorizações Peugeot Plug-In Hybrid. Associado a esta transmissão, o motor elétrico desenvolve 110cv/80kW no eixo dianteiro.

Nas versões Hybrid4, o eixo traseiro está equipado com um ondulator, um motor elétrico de 110cv/80kW e um redutor de peso para garantir o desempenho das quatro rodas motrizes, integração que não compromete o habitáculo.

A bateria é do tipo íon de lítio e está localizada sob os bancos da fileira dois, tanto nas versões Hybrid quanto nas Hybrid4. Sua capacidade varia de 11,8kWh (Hybrid) a 13,2 kWh (Hybrid4), o que garante o funcionamento em modo 100% elétrico por até 50 quilômetros.

“Nossos plug-in Hybrid estão em perfeita coerência com nossos valores de marca: eles reforçam nossa promessa de ampliar os sentidos. Nada mais simples do que essa nova oferta: os clientes que comprarem um Peugeot poderão escolher a motorização em

função de suas utilizações”, afirma o diretor geral da Peugeot, Jean-Philippe Imparato.

Para aproveitar ao máximo a autonomia em modo elétrico integral, o veículo funcionará por padrão em modo zero emissão sempre que o nível de carga da bateria o permitir. Os deslocamentos em modo elétrico integral são possíveis até a velocidade de 135 km/h, antes de o motor a combustão assumir o comando.

Montadoras criam novas fórmulas para crescer na internet

25/09/2018 – Fonte: Automotive Business (publicado em 2409-2018)



Ainda que as marcas não tenham o controle do que o consumidor fala sobre elas na internet, Ciaco prefere que a FCA participe da conversa on-line mesmo como coadjuvante

A analógica indústria automotiva, com mais de 100 anos de história, enfrenta desafios grandes para chegar ao consumidor no meio digital. A boa notícia é que as empresas que se arriscam a testar novas fórmulas têm registrado bons resultados positivos. Ao menos é o que relatam a Renault, com a venda totalmente on-line do compacto Kwid, e a FCA, que criou um núcleo interno de conteúdo e análise de dados para conseguir a agilidade necessária para participar das conversas nas redes sociais.

Carlos Henrique Ferreira, diretor de comunicação da marca francesa no Brasil, diz que a empresa já vendeu 12,2 mil unidades do carro pela internet pela plataforma [K-Commerce](#), criada em janeiro deste ano. O volume representa 21,7% do total de emplacamentos do modelo, sendo que 70% disso foi negociado pelo celular.

“É impressionante pensar que alguém compra um carro pelo celular sem nem entrar no veículo, mas isso acontece. O mundo está mudando, não tem porque esperarmos que o processo de adquirir um veículo permaneça como sempre foi”, diz o executivo.

Todas as etapas são feitas na internet: desde a avaliação do usado do cliente, até a escolha da configuração do Kwid e pedir financiamento no Banco Renault e receber um boleto para pagar a entrada. Depois de fechado o negócio, a concessionária entra no jogo apenas para entregar o carro. Ferreira aponta que a solução dá certo porque os brasileiros são extremamente interessados em experimentar novidades do gênero.

“Estamos sempre entre os países com mais usuários nas maiores redes sociais. Já somos 120 milhões de pessoas conectadas, com 168 milhões de smartphones”, diz. Ele defende que, em geral, os clientes preferem valorizam mais as marcas que oferecem o máximo de comodidade do que aquelas que garantem apenas os descontos mais generosos.

UM NOVO MARKETING NA FCA

Também de olho neste forte interesse dos brasileiros por permanecerem conectados, a FCA buscou uma solução para ter mais presença nas conversas dos consumidores na internet. A companhia reuniu em seu prédio administrativo em São Paulo um núcleo

de marketing apoiado em novas habilidades. De um lado está um time de gerenciamento de comunidade justamente para acompanhar o que se fala sobre as marcas do grupo nas redes sociais. Outra estrutura é justamente de geração de conteúdo da companhia em tempo real, acompanhando a velocidade da internet. Por último há um time de performance, que analisa dados, otimiza e mede os resultados do núcleo todo.

“Coloquei pessoas de todas as agências que trabalham com a FCA lá dentro para desenvolver este projeto”, conta João Ciaco, head de marketing da organização no Brasil. Segundo ele, o projeto foi implementado quando a companhia se deu conta de que tinha quase nenhum controle ou participação no conteúdo produzido sobre as próprias marcas do grupo na internet. “Dos 150 mil vídeos sobre a Fiat assistidos este ano, só 3% foram produzidos por nós”, diz.

Este não é um problema por si só, mas Ciaco defende que as marcas devem assumir algum papel nesta conversa on-line, ainda que seja apenas de participante, sem o protagonismo. Para ele, só com este esforço as empresas automotivas conseguirão chegar perto dos novos consumidores. “Todos os dias as pessoas percorrem 90 metros rolando a tela do Instagram. Ter uma estratégia de atenção para que eles parem no meu post é essencial”, afirma. E complementa:

“Mais 53% dos consumidores disseram que comprariam carro com mais frequência se os processos melhorassem. Muitos preferem ir ao dentista do que a uma concessionária. Precisamos entender como desenhar novas jornadas para os clientes e tudo começa on-line”, diz.

Segundo Ciaco, pesquisa feita pela FCA em parceria com a Roland Berger indica que as pessoas pesquisam 10 horas em uma janela de três meses antes de tomar a decisão de comprar um automóvel. Vão na loja apenas para fechar o negócio, já que a experiência ali normalmente não é percebida como algo que se destaque positivamente, lembra. “A gestão de dados em tempo real é o diferencial neste universo.”

Automóveis continuarão atraindo consumidores

25/09/2018 – Fonte: Automotive Business (publicado em 2409-2018)



**Para Gabriela, da Adobe, produto virou commodity. O real valor está na experiência proporcionada ao cliente|
No entanto, a forma de utilizá-los já passa por grandes mudanças**

Os **automóveis** continuarão tendo uma série de componentes para atrair os **consumidores**, mas certamente sua forma de utilização começa a passar por mudanças. Essa foi uma das conclusões de Gabriela Viana, diretora de marketing da Adobe, durante o VI Fórum de Marketing Automotivo, realizado por **Automotive Business** em 24 de setembro no Milenium Centro de Convenções, em São Paulo.

“O custo de manutenção, a segurança, o lugar para estacionar, o tempo que se passa dentro dele e o impacto ambiental são pontos que levam o consumidor a questionar a compra de um carro”, diz Gabriela.

A executiva cita exemplos de uso por assinatura, posse compartilhada e outras fórmulas já adotadas no exterior como o Care by Volvo (para uso de carros premium), Car on Demand (por quilometragem, em que um agente entrega e busca de volta o carro utilizado), Turbi (com pontos fixos de retirada e devolução) e Joycar (que ajuda na redução de frotas). Para Gabriela, o universo de consumo está colocando a experiência do usuário como o novo campo de batalha das marcas. O produto em está se tornando apenas commodity.

“Toda a indústria tem hoje a pressão de se reinventar”, afirma Gabriela, usando a própria Adobe como exemplo. “Até 2012 a maior parte da receita da empresa vinha da venda de caixas de CDs com os programas da empresa. Tivemos a coragem de interromper esse tipo de venda de softwares”, afirma. No modelo atual, a companhia percebeu a possibilidade de entregar aos usuários atualizações constantes.

Mundo digital transforma a lógica do marketing no setor automotivo

25/09/2018 – Fonte: Automotive Business (publicado em 2409-2018)



Fernanda, da StratLab, defende que as equipes de marketing e de vendas trabalhem juntas para alcançar resultados melhores
Para ampliar resultados, empresas precisam repensar a jornada dos clientes e apostar no relacionamento

A antiga lógica da jornada de compra já não funciona mais. Esta é uma das conclusões de especialistas que participaram do Fórum Marketing Automotivo promovido por **Automotive Business** em São Paulo.

“O consumidor está *always on* e este comportamento impacta diretamente as nossas vendas. Os nativos digitais já representam uma enorme população economicamente ativa”, diz Sandra Turchi, professora da ESPM e CEO da Digitalents. Segundo ela, este desafio fica ainda maior no Brasil, onde as pessoas passam, em média, 9 horas conectadas por dia, contra cinco horas diárias em outros países.

Conversar e atender a estes clientes é um desafio tanto quando se trata da venda de produtos automotivos ao consumidor final quanto na atração dele no ambiente B2B para realizar negócios entre empresas.

Fernanda Nascimento, CEO da StratLab, aponta que em ambos os casos o desafio é o de impactar a pessoa, independentemente de ela estar consumindo algo para si própria ou negociando uma compra para a empresa em que trabalha. Ela cita que 57% da jornada de compra é feita por alguém sozinho no ambiente B2B, sem a ajuda do vendedor. “Tudo começa com uma consulta no Google, nas redes sociais. Não temos mais controle dessa jornada”, lembra a especialista. “Aquele funil de marketing que usávamos há até pouco tempo se quebrou.”

Segundo ela, o cliente é o protagonista da própria jornada, que começa quando ele descobre uma necessidade ou, no melhor cenário, quando a própria empresa fornecedora faz ele notar esta demanda.

“A questão é que as marcas investem muito para trazer este cliente, mas rompem este esforço quando a venda é realizada. O consumidor continua aí depois da entrega, nas redes sociais, e se trabalharmos este relacionamento com boas experiências, podemos conduzir ele a uma nova compra”, defende. Fernanda diz que cada ponto de

contato desta jornada é decisivo para alimentar esta conexão positiva e que, acima de tudo, toda jornada é única, desenhada pelo cliente, não pela empresa.

MERKETING NO AMBIENTE B2B

Pesquisa da Forrester Research mencionada por ela indica que estabelecer este bom relacionamento também funciona quando o cliente é outra empresa. "Nesse grupo, 74% de quem toma a decisão de compra dizem que fecham negócio quando o vendedor mostra uma solução inteligente para o problema", conta. Ela destaca que, no ambiente B2B, é essencial ter integração maior entre as áreas de marketing e de vendas. Essa cooperação garante a criação de campanhas adequadas e assegura que o time comercial esteja preparado.

"Não podemos mais ter uma equipe de vendas que seja responsável apenas por tirar pedidos. Estes profissionais precisam entender como ninguém do próprio negócio e do negócio do cliente para oferecer soluções", diz Fernanda.

As empresas que se empenharam em aproximar as duas equipes tiveram resultados relevantes, conta Fernanda. "As companhias que têm estes times trabalhando juntos se diferenciam", diz, mencionando pesquisa do LinkedIn que indica aumento de 78% na receita, de 52% na satisfação do cliente e ainda expansão de 48% no engajamento dos funcionários.

Fernanda enfatiza que há um ponto central nesta mudança de abordagem do marketing da empresa: é essencial fazer do cliente o protagonista da história, fugindo da abordagem massificada e impessoal. Sandra acrescenta: "Há grandes transformações em curso ao mesmo tempo. Todo mundo está se sentindo ameaçado, mas o pior erro é se opor à evolução e fingir que nada está acontecendo", diz.

Cummins revela novo sistema de controle de emissões pronto para Euro 7

25/09/2018 – Fonte: Automotive Business (publicado em 2409-2018)



Novo design permite converter NOx em gás limpo via redução catalítica seletiva SCR

A **Cummins** aproveitou o IAA, salão de veículos comerciais em Hannover, Alemanha, para apresentar suas novas soluções para o transporte global e entre as principais novidades, a fabricante de motores exibiu um novo sistema que reduz significativamente as emissões, tornando a regulamentação **Euro 7** cada vez mais viável para a próxima década.

Trata-se de um novo sistema de **controle de emissões** que combina o gerenciamento de ar turboalimentado com o pós-tratamento dos gases de escape como um único sistema de acoplamento fechado, juntamente com um novo controle de turbina rotativa (RTC).

Tal formulação e design utilizam os mais recentes avanços da empresa para o gerenciamento de ar e térmico para converter imediatamente quase todas as emissões de NOx em gás limpo a medida que interage com a unidade de redução catalítica seletiva (SCR).

“É um sistema inovador, que permite uma redução adicional nas emissões de NOx e material particulado e ao mesmo tempo melhora a eficiência de combustível”, disse o diretor executivo de gestão de produtos e inovação da Cummins, Tim Proctor.

Segundo o executivo, outras ferramentas aprimoradas, como o design e materiais avançados podem trazer a oportunidade para reduzir o peso de componentes ao mesmo tempo em que mantém a força do propulsor, aumentando ainda mais a produtividade dos veículos.

“Embora a Cummins tenha um programa de eletrificação em andamento, nossa outra mensagem importante durante este evento é que o motor a diesel não está parado. Com nossos avanços técnicos, vemos o diesel como a principal fonte de energia no setor de veículos comerciais no futuro previsível”, completou o diretor.

A empresa também mostrou avanços na área de softwares a partir de seu conjunto de aplicações de monitoramento, relatórios, calibração e manutenção sem fio para ajudar a aumentar o tempo de atividade do veículo e também reduzir o custo total de manutenção.

Entre elas, está a tecnologia digital de ajuste no ar e calibragem de parâmetros, que possibilita aos frotistas personalizarem as configurações de energia e velocidade para atender às necessidades do seu negócio, além de se adequar ao comportamento dos motoristas, condições das estradas e coordenadas geográficas.

Já a tecnologia Cummins AdepTTM trabalha o potencial de automação do powertrain a fim de tornar todo motorista em um especialista e melhorar a eficiência de combustível em até 6%.

Recursos como o Predictive Cruise Control utilizam o GPS do veículo para ver a estrada 2 km à frente e ajustar com precisão a velocidade para o próximo terreno. Por sua vez, o SmartCoast coloca o sistema de transmissão em ponto morto nos declives de descida, usando o impulso do veículo para economizar combustível, enquanto o SmartTorque2 calcula constantemente o torque exato necessário para a carga útil do caminhão para minimizar as reduções de marcha.