



**Porsche Cup Challenge  
volta ao Brasil**

# Cinco anos na estrada

Líder na internet brasileira, maior portal  
automotivo do país comemora aniversário com  
novidades, como o Financiamento iCarros, que  
entrega clientes com crédito pré-aprovado

Agosto 2013 • R\$ 15 • Ano 06 • Nº 430

Atualização de  
estoque. Uma  
atitude que faz  
toda diferença.



## Guia de atualização de estoque

Confira dicas para aproveitar  
todo o potencial do iCarros

**Carros mais  
potentes ganham  
mercado do 1.0**







**As melhores  
opções de carro  
você tem. Conte  
com o crédito  
do Itaú para  
vender bem.**

**Itaú Financiamento  
de Veículos. O crédito mais rápido  
e consciente do mercado.**

Na hora da escolha do carro, sua orientação é fundamental. Com o financiamento, é da mesma forma. No Itaú, você tem a resposta do crédito do seu cliente em segundos para que ele saia de carro novo, inclusive nos fins de semana. Aproveite para divulgar os carros da sua revenda no iCarros para milhões de compradores on-line.

[www.itaubank.com.br](http://www.itaubank.com.br)

Itaú. Feito para você.

**Itaú**





# Carta ao Leitor

## Ambição e Necessidade

O volume de vendas do primeiro semestre deste ano apresenta crescimento em relação ao último ano, em veículos novos e usados, ainda que a economia brasileira demonstre um crescimento morno desde 2012.

Apesar da comparação com período histórico ruim, imediatamente anterior à redução do IPI no ano passado, 2013 deve fechar com novo recorde do setor, com quase 11 milhões de carros novos e usados vendidos, com regras de tributos que parecem ter finalmente chegado à estabilidade sustentável.

Essa vitalidade do segmento automotivo é ainda mais clara quando analisamos a evolução de sua representatividade no PIB brasileiro. Em dez anos, a indústria cresceu de pouco mais de 13% para quase 20% do total da indústria nacional. Há 26 fábricas de montadoras instaladas no Brasil com planos ambiciosos de expansão e investimento (estimados em R\$ 50 bilhões até 2015) — apesar das linhas ociosas em outras partes do mundo —, impulsionadas ainda mais pelo Inovar-Auto, medida adotada pelo Governo Federal com o objetivo de estimular o investimento na indústria automobilística nacional.

Parte desses investimentos está tratando de melhorar a imagem e a realidade dos novos consumidores, principalmente em relação a emissões e mobilidade.

Parece já estar claro para as grandes corporações automotivas do mundo que os cenários de congestionamento e poluição dos grandes centros urbanos têm o carro como um dos grandes vilões, a ponto de as novas gerações tirarem o sonho do carro novo do topo de suas listas de desejo.

As soluções urbanas bem-sucedidas andaram no sentido de penalizar a liberdade do uso individual do carro, "acessório" imbatível das campanhas de marketing automotivas, com pedágios, restrições viárias e priorização do transporte coletivo.

A indústria está andando rápido para reverter esse quadro, com o desenvolvimento de novas tecnologias em três principais áreas: eficiência da matriz energética para redução de emissões, automação e conectividade dos carros para melhorar a mobilidade urbana.

Não está distante o cenário de carros mais eficientes, com emissões próximas de zero em motores híbridos, elétricos ou com formas alternativas de geração e regeneração de energia. A indústria também se move rapidamente no sentido de transformar carros em plataformas de tecnologias eficientes para circular gerando menos congestionamentos. Soluções de comunicação entre os carros vão sugerir melhores horários e vias alternativas, em tempo real, para diminuir o tempo dos veículos em congestionamentos.

Conectividade e automação também vão tornar o período que passamos dentro do carro mais útil e prazeroso. Já há soluções que permitem que o motorista "deixe de dirigir" em congestionamentos, em que o carro passa a manter automaticamente uma distância fixa do carro da frente, inclusive mais eficiente para fluidez do trânsito, e o motorista pode dedicar-se a falar ao telefone (com mais segurança) ou navegar na internet.

O Brasil parece, pelo menos na indústria automotiva, ter criado as condições para termos por aqui, finalmente, a mesma evolução para um cenário de modernidade e eficiência de mercados mais desenvolvidos. Já está claro para montadoras que subestimaram o cenário competitivo nacional e lançaram por aqui, sem sucesso, modelos já ultrapassados em seus mercados maduros.

Entre os dois principais estímulos para evolução tecnológica, ambição e necessidade, parece que a indústria automotiva consegue reuni-los bem. Vale a pena continuar a apostar nela para o futuro do Brasil.

Boa leitura.

  
**Sylvio Alves de Barros Netto**  
Diretor Superintendente Icarros

uma empresa do



**DIRETOR SUPERINTENDENTE**  
Sylvio Alves de Barros Netto

**SUPERINTENDENTE COMERCIAL**  
Helder Carlos Sanches Siqueira

**SUPERINTENDENTE DE MARKETING**  
Fernando Ortenblad

**EDITORES**  
Anelisa Lopes - MTB 40411/SP  
Diego Molina - MTB 38091/SP

**REPORTER**  
Thiago Moreno

**PROJETO GRÁFICO E EDITORAÇÃO**  
AXLE Brand Engineering

**GERENTES COMERCIAIS**  
Christiane Borges  
Sant Clair de Castro

**PLANEJAMENTO COMERCIAL**  
Augusto Ikuta (gerente)

**MARKETING**  
Thianny Herculano (gerente)  
Guilherme Ramos (coordenador)  
Natália Guimarães (analista)

**IMPRESSÃO**  
Prol Editora Gráfica Ltda.

**SEDE DA ADMINISTRAÇÃO E REDAÇÃO**  
Rua Tabapuá, 422  
10 andar, Itaim Bibi  
São Paulo / SP  
CEP 04533-001

**REDAÇÃO**  
revista@icarros.com.br

**PUBLICIDADE**  
publicidade@icarros.com.br

**COMERCIAL**  
comercial@icarros.com.br

**PARA MAIS INFORMAÇÕES, ACESSAR**  
www.icarros.com.br



# Índice



Automobilismo -  
Porsche Cup

6



Financiamento  
iCarros

12



Carros 1.0  
perdem  
mercado para  
mais potentes

14



Lançamentos  
de 2013

28



Novas  
tecnologias

32

Queremos saber o que você  
achou da revista iCarros.  
Entre em contato conosco:

[revista@icarros.com.br](mailto:revista@icarros.com.br)

- 8 Cinco anos de estrada
- 16 Calendário de eventos
- 17 Guia de atualização de estoque
- 34 Dossiê Regional



# Certificação dos correspondentes será obrigatória em fevereiro de 2014

**Resolução do Banco Central exigirá presença de um profissional habilitado para atendimento ao cliente em todas as revendas que realizam financiamento**

A partir de 24 de fevereiro de 2014, todas as revendas e concessionárias de veículos do Brasil que realizam operações de financiamento deverão ter ao menos um integrante da equipe com certificação técnica para atendimento aos consumidores. A obrigatoriedade visa atender o cumprimento da Resolução 3.954 do Banco Central.

O diretor executivo do Itaú Unibanco, Luís Fernando Staub, explica que a instituição tem reforçado com seus parceiros comerciais a importância de se cumprir a resolução. "Em todos os pontos de venda das concessionárias e lojas, obrigatoriamente o consumidor terá à sua disposição um profissional habilitado para ofertar o produto financeiro e dar-lhe as orientações necessárias", afirma.

Em sua opinião, a certificação obrigatória dos correspondentes bancários reforça uma metodologia já exercida pela instituição. "A integridade, confiabilidade, segurança e o sigilo das transações, assim como o cumprimento da legislação e regulamentação vigente, sempre foram premissas basilares para o Banco Itaú e seus parceiros comerciais. Portanto, essa certificação vem corroborar uma prática já adotada por nós e nossos parceiros", complementa Staub.

Em virtude do prazo-limite da certificação, lojas e concessionárias devem se organizar para que seus profissionais possam se dedicar ao curso de capacitação para a obtenção do certificado. Staub afirma que o Itaú Unibanco já vem orientando seus parceiros do segmento automotivo há alguns meses. "Desde março, as revendas e concessionárias parceiras do Banco Itaú estão recebendo comunicados periódicos com orientações e instruções de como devem proceder. Esperamos que bem antes da data limite, todos os pontos de venda das concessionárias e revendas tenham ao menos uma pessoa certificada. Somente dessa forma os nossos parceiros poderão ofertar operações de financiamento de veículos", conta. "Segurança, solidez e credibilidade são características intrínsecas do Banco Itaú, uma instituição que prima pela integral satisfação de seus parceiros e clientes. Desse modo, desde o princípio demos robustez à importância do assunto e prosseguiremos fazendo o que for necessário para orientarmos adequadamente os nossos parceiros", completa o diretor executivo.

Para o presidente da Federação Nacional das Associações dos Revendedores de Veículos Automotores (Fenauto), Ilídio Gonçalves dos Santos, a certificação dos correspondentes bancários é um tema que deve estar na pauta das revendas. "Até agora, uma porcentagem muito pequena dos funcionários e lojistas foi certificada.



Luís Fernando Staub, diretor executivo do Itaú Unibanco, orienta parceiros a procurar certificação o mais rápido possível

Acreditamos que não haverá prorrogação do prazo. Então, as pessoas precisam se apressar para fazer o curso e receber sua certificação", frisa. Ele reforça que a presença de um profissional certificado para dar informações, tirar dúvidas e realizar o trâmite do financiamento garante segurança e lisura para o consumidor. "Não há mais espaço para revendedor não profissional. Todos têm que se organizar para estar no mercado", conclui.

### Onde fazer o curso

**Instituto de Educação Febraban**  
[www.certificacaofebraban.com.br](http://www.certificacaofebraban.com.br)

**Associação Nacional das Instituições de Crédito, Financiamento e Investimento**  
[www.acrefi.org.br](http://www.acrefi.org.br)

**Associação Nacional das Empresas Promotoras de Crédito e Correspondentes no País**  
[www.certificacaonaneps.com.br](http://www.certificacaonaneps.com.br)





## Automobilismo

Tercera etapa da temporada 2013 foi realizada entre os dias 5 e 7 de junho, em São Paulo

# Porsche Cup Challenge acelera em Interlagos

Após Incurções por Portugal e Espanha, temporada 2013 tem primeira corrida no Brasil. Daniel Schneider venceu as duas provas no autódromo da capital paulista

Depois de corridas em Algarve (Portugal) e Barcelona (Espanha), os pilotos da Porsche Cup Challenge voltaram, pela primeira vez na temporada 2013, a correr no Brasil. O evento aconteceu entre os dias 5 e 7 de junho, em São Paulo (SP).

Os adversários tentaram, mas ninguém conseguiu destronar o "rei de Interlagos", Daniel Schneider, nas provas 5 e 6 da Porsche Challenge. O piloto paulista já havia reinado soberano nos treinos e manteve a majestade nas duas corridas, liderando de ponta a ponta sem ser ameaçado. Schneider só não conseguiu um intento: assumir a liderança do





campeonato. Ela passou para as mãos de Rodolfo Ometto, segundo colocado na primeira corrida do dia e terceiro na segunda. A primeira prova começou com um acidente que envolveu nove carros, logo na largada.

Na Porsche Cup, que contou com a participação de Sylvio de Barros, diretor do iCarros, Ricardo Baptista foi o vencedor da prova 5 e Pedro Queirolo foi o primeiro colocado na 6. Os resultados dessas provas colocaram Baptista, campeão da Cup em 2007 e 2012, na liderança do campeonato. Queirolo, por sua vez, teve sua primeira vitória na Porsche Cup, na qual estreou há um ano. Outro acontecimento marcante na corrida do fim de semana foi o espetacular acidente de Marcelo Franco: quarto colocado na primeira prova do dia, ele capotou na Curva do Lago, após levar um toque de Sérgio Ribas. Apesar da violência do acidente, Franco nada sofreu.

O iCarros levou cinco fãs de sua página no Facebook para assistir à corrida. Cada um ganhou um par de ingressos para o evento, após terem sido selecionados entre quase 2.500 participantes no concurso "Coração a 220 km/h", que escolheu as melhores fotos sobre o tema, postadas na fanpage.



Provas em Interlagos foram lideradas pelo paulista Daniel Schnelker



Sylvio de Barros, diretor do iCarros



iCarros levou cinco fãs da fanpage com acompanhantes para assistir às corridas



# Cinco anos na estrada

Maior portal automotivo do Brasil, líder em audiência e consolidado como a melhor solução do mercado, iCarros comemora cinco anos de atividades com investimento em novidades



Dizer que a internet mudou a forma como uma pessoa compra um carro é simplificar em uma frase cerca de uma década de crescimento do mercado automotivo on-line, junto da evolução do comportamento do consumidor, da fase da escolha de um veículo até o momento de fechar negócio, e do amadurecimento dos revendedores, que descobriram, na prática, que a internet não é uma concorrente, mas sua maior aliada.

O iCarros completa cinco anos consolidado como o maior portal automotivo do Brasil. É a mais completa ferramenta para levar o cliente a encontrar seu novo veículo, ao mesmo tempo em que oferece ao revendedor um suporte integral para que ele administre suas ofertas, apresente bons negócios e ganhe a confiança do consumidor para realizar a compra em seu ponto de venda.

Uma das últimas novidades é um recurso que vai ao encontro das necessidades do consumidor, em questão de praticidade e agilidade, e também do revendedor, constantemente em busca de novas vendas. Com o Financiamento iCarros, o cliente vai ao ponto de venda já com seu crédito aprovado. **(Leia mais na página 12)**

## Novo cenário e novo comportamento

Nos últimos cinco anos, desde que começou a operação do iCarros, o mercado automotivo brasileiro passou por mudanças que o colocam mais próximo da realidade de cenários economicamente maduros, como os Estados Unidos e a Europa: crescimento do número de marcas e modelos, juros baixos, alta rotatividade e desvalorização mais acelerada de veículos usados.

Para o superintendente de Marketing do iCarros, Fernando Ortenblad, a questão principal é o aumento da competitividade no mercado brasileiro. "Antigamente, o cliente podia escolher entre poucas opções de marca e modelo. Hoje, a variedade é muito maior e as plataformas automotivas na internet são fundamentais para auxiliá-lo na escolha do carro com melhor custo-benefício", comenta.

Ao mesmo tempo, mudou o comportamento do consumidor: mais de 60% do tempo do processo de compra de um veículo é gasto na internet, em portais automotivos, sites especializados, páginas de montadoras e de ofertas, segundo pesquisa da ThinkAuto/Google. Ou seja, o tempo que uma pessoa passava visitando revendas e concessionárias, antigamente, a fim de conhecer modelos, conversar com vendedores, buscar informações e preços, hoje é utilizado na frente do computador, no tablet ou no celular, visualizando anúncios e fazendo contatos que a direcionem para o ponto de venda que possui o veículo escolhido.

"Um ponto positivo é o alto poder informativo que a internet tem. Clientes que vão até o ponto de venda depois de terem feito uma consulta on-line tendem a ser mais decididos, já sabendo exatamente o que procuram", destaca.

Na opinião do executivo, a relação do consumidor com a internet é de transparência absoluta e de grande confiança, pois ele sabe que pode encontrar informações exatas e opiniões reais de outras pessoas sobre o carro que procura. "É diferente, por exemplo, de um anúncio de 30 segundos na televisão ou de uma página de revista: ambos apresentam um caráter mais lúdico e menos informativo dos veículos divulgados", compara.



## Vitrine virtual amplia visibilidade

Sobre os revendedores, Fernando Ortenblad diz que grande parte já tem consciência da relação consumidor-internet e utiliza a rede como uma poderosa ferramenta para anunciar e atrair clientes para o ponto de venda.

Entre as experiências bem-sucedidas de parceiros do iCarros, destacam-se aquelas em que o revendedor deixou de tratar a internet como um apêndice da loja e passou a explorar todo seu potencial, divulgando seu estoque completo, com alta qualidade de informações, para além de seu bairro ou sua cidade. Anúncios bem construídos, com informações completas, boas fotos e preço compatível com o mercado, fazem a "vitrine" da revenda se expandir e ficar no campo de visão – e nos resultados de buscas – de clientes de todo o país.

O executivo explica que com essa nova realidade do mercado, com consumidores mais conscientes, as revendas também precisaram se renovar. Vendedores assumiram uma postura muito mais consultiva e precisam estar melhor instruídos para receber um cliente cada vez mais bem informado.

"De qualquer forma, ainda existem lojas e concessionárias que não se atentaram para todos os benefícios que a internet pode proporcionar aos seus negócios. Um dos papéis do iCarros é justamente mostrar para elas que seus resultados podem ser melhores a um custo-benefício bem interessante", analisa.

A relação do iCarros com o revendedor é otimizada com o Portal Revenda, um ambiente dentro do site onde os parceiros têm acesso a diversas ferramentas que os ajudam a gerenciar seus anúncios e a ficar por dentro do mercado automotivo. Entre outras funcionalidades, por meio do Portal Revenda, lojistas e concessionários têm acesso a relatórios que mostram o desempenho de suas ofertas no site, além de recursos que os ajudam a ver se seus anúncios têm qualidade e se

estão com preços adequados.

Em seus cinco anos de atividades, o iCarros teve evolução constante, tanto em funcionalidades para o revendedor como em praticidade para o usuário. As soluções e estratégias são sempre aprimoradas para que um número cada vez maior de consumidores encontre a maior quantidade possível de ofertas de veículos que as revendas anunciantes têm para oferecer.

A sequência desse trabalho cabe justamente ao revendedor, que tem em mãos ferramentas descomplicadas para operar o iCarros em todo seu potencial. O momento seguinte é conquistar o cliente com boas ofertas e o melhor atendimento possível.

"O iCarros busca sempre inovar e levar mais benefícios aos clientes. Temos projetos para continuar investindo pesado no segmento de mobile, além de levar mais novidades para o Portal Revenda e melhorar ainda mais a experiência de lojistas e concessionários na internet", conclui Ortenblad.

2008

**Abril** Lançamento do iCarros, com presença nos principais portais da Internet

**Dezembro** Lançamento do iCarros no Bankline (Ita)

**Dezembro** Números de acessos: 2,8 milhões por mês

2009

**Março** Início da produção de matérias em vídeo

**Novembro** Lançamento do Consultor de Compra, novo CRM para ajudar o usuário a encontrar o carro que estava procurando

**Dezembro** Números de acessos: 3,7 milhões por mês

2010

**Agosto** Lançamento da parceria com o portal MSN

**Outubro** Lançamento do Feirão, produto para aumentar a divulgação da revenda

**Novembro** Lançamento de Site Revendas e CRM, produtos para aprimorar a revenda do cliente que está procurando um carro

**Dezembro** Números de acessos: 6,7 milhões por mês



Fernando Ortenblad,  
superintendente de Marketing do  
iCarros, comenta que a evolução  
do portal acompanha as  
mudanças do mercado brasileiro



## Do início ao mobile

O superintendente de Marketing do portal explica que, desde o princípio, a proposta principal do iCarros era facilitar os processos de compra e venda de veículos novos e seminovos. No começo, o portal surgiu como a melhor solução de classificados do Brasil e, com o tempo, cresceu em participação em todas as etapas que envolvem a aquisição de um automóvel, desde a consideração (o estágio inicial do processo) até a compra (o estágio final).

"Isso foi possível devido ao advento de novos produtos, como o Comparar Okm e o Financiamento, além da disponibilização de novos recursos no site, como a consulta à tabela Fipe. O desenvolvimento de nosso aplicativo mobile também foi um passo muito importante, pois nossos clientes passaram a levar o iCarros para qualquer lugar, inclusive até o ponto de venda para consultar as ofertas que se interessaram e negociar preços. Hoje, podemos dizer que o iCarros está presente desde o momento da consideração de compra do cliente até quando ele efetivamente fecha negócio", destaca.

**O mobile ganha importância no desenvolvimento de produtos do iCarros e nos resultados diretos dos revendedores, visto que o Brasil é um dos países onde as pessoas mais acessam a internet por dispositivos móveis (smartphones, tablets, netbooks): são cerca de 77% dos mais de 95 milhões de internautas, segundo pesquisa da Accenture.**

"O acesso à internet por meio de aparelhos mobile é um fenômeno mundial e já é uma realidade no território nacional. Com uma plataforma completa com apps para iPhone, Android, iPad e Windows 8, o

iCarros é o líder em dispositivos móveis no setor automotivo brasileiro", aponta Ortenblad.

**Nos últimos meses, o crescimento do iCarros em mobile foi superior a 300% e os acessos já chegam a mais de 1,8 milhão por mês.** "Através de nosso aplicativo, o cliente passou a ter um 'iCarros de bolso' e agora pode levar as funcionalidades do site até o ponto de venda. Dessa forma, durante a visita, ele pode, por exemplo, mostrar ao vendedor as ofertas que visualizou em casa", exemplifica.

Outro grande destaque do iCarros, nos dois últimos anos, é sua página no Facebook ([www.facebook.com/icarros](http://www.facebook.com/icarros)) que, atualmente, é a maior fanpage de classificados de veículos do mundo, com mais de 2 milhões de fãs. O portal é pioneiro no uso das redes sociais no Brasil e valoriza o contato com os clientes e usuários do portal, com promoções e informações sobre o universo automotivo.

2011

- Janeiro** Lançamento da área de Consórcio
- Fevereiro** Lançamento do iMotor, site dedicado ao universo das duas rodas
- Maio** Lançamento do iCaminhões, site dedicado ao universo dos pesados
- Julho** Lançamento do app iCarros para iPhone. Aplicativo fica entre os 5 mais baixados na categoria "Negócios"
- Agosto** Lançamento do app iCarros para sistema Android
- Dezembro** Número de acessos: mais de 10 milhões por mês

2012

- Maio** Lançamento do Catálogo Okm iCarros, a ferramenta digital mais completa do mercado
- Agosto** Talk show do iCarros no Congresso Fesabreve discute as rumos do mercado digital com auditório lotado
- Setembro** Fanpage do iCarros no Facebook ultrapassa 1 milhão de fãs, com promoções e grande interação com usuários
- Outubro** Lançamento do app iCarros para iPad, com funcionalidades completas e acesso à revista iCarros; também é lançada a app para Windows 8
- Dezembro** Atualização dos apps iCarros para iOS e Android com busca por estilo e Comparar Okm
- Dezembro** Número de acessos: mais de 12 milhões por mês

2013

- Janeiro** Lançamento do novo Portal Revista iCarros
- Maio** Fanpage do iCarros atinge 2 milhões de fãs no Facebook
- Maio** Número de acessos: mais de 14 milhões por mês





comprar

venda seu carro

(Flex) 4p

Volkswagen >> Gol >> Volkswagen Novo Gol 1.0 TE (Flex) 4p 2013 Pr

Volkswagen Novo Gol 1.0 TE

Enviar proposta

Ver telefone



Financiamento

AR E-MAIL



# Nova ferramenta entrega cliente com crédito pré-aprovado

**"Financiamento iCarros" agiliza processo de compra ao levar para revenda consumidores interessados, com ficha avaliada pelo banco Itaú**

Entre as novidades nestes cinco anos do iCarros, existe uma que vem se comprovando como um dos grandes acertos do Portal em termos de benefícios para o consumidor e para o revendedor. O "Financiamento" – antigamente chamado de "Avalie Seu Crédito" – reúne praticidade e agilidade no processo de compra e venda de um veículo ao identificar e encaminhar para as revendas os clientes com maior possibilidade de fechar negócio.

**Ao se interessar por um veículo anunciado no iCarros, o consumidor pode tanto enviar uma proposta para o revendedor como também preencher seus dados pelo botão "Financiamento" e passar por uma rápida avaliação de crédito realizada pelo Itaú, baseada no valor do veículo desejado.**

O superintendente comercial do iCarros, Helder Siqueira, explica que a ferramenta de avaliação de crédito leva a relação do portal automotivo com seus anunciantes a um novo patamar. "Com o 'Financiamento', os anúncios não só atraem pessoas que buscam informações de um carro. Eles também levam para a revenda pessoas interessadas nas ofertas e que já possuem uma grande propensão à compra. O Financiamento junta a von-



Para Helder Siqueira, superintendente comercial do iCarros, nova ferramenta eleva qualidade da relação com parceiros



tade de comprar do cliente com a possibilidade real de adquirir o veículo", esclarece. "Depois disso, é só a revenda realizar um bom atendimento e fechar negócio", completa Siqueira.

O executivo do iCarros comenta que, por meio do "Financiamento", o consumidor tem a vantagem de avaliar suas reais possibilidades de crédito para o veículo que está procurando. Ao preencher seus dados, o cliente é avisado da aprovação de seu crédito por e-mail e pode procurar a revenda, sem ter que passar por um processo burocrático mais longo na loja ou concessionária.

Segundo Siqueira, a ferramenta também apresenta vantagens para o parceiro iCarros, pois entrega clientes mais qualificados para comprar um carro, com ficha já avaliada pelo sistema do Banco Itaú e com crédito já aprovado.

"A partir disso, é só o vendedor realizar um bom atendimento e ajudar o interessado a fechar negócio. Outra questão importante é a otimização do tempo no ponto de venda, pois com o 'Financiamento iCarros' não há mais a necessidade de preencher as fichas na revenda", reforça.

## Aprovado

Anunciante do iCarros praticamente desde o seu lançamento, a Carmax conta com duas revendas no litoral paulista: em Santos e Praia Grande. De acordo com o empresário Marcelo Marcelino, a ferramenta facilita ainda mais o atendimento ao cliente, que já chega ao ponto de venda com uma escolha definida e seu crédito aprovado.

"Com essa ferramenta, quando o cliente chega à loja, basta imprimir o contrato e que ele faça o depósito da entrada ou dê seu veículo troca para a conclusão. O processo da venda fica muito mais rápido, pois praticamente elimina as etapas do primeiro atendimento, do cadastro e da aprovação", comenta.

Marcelino acredita que, em um futuro breve, a procura de clientes com crédito já aprovado vai representar a quase totalidade das vendas originadas na Internet. "Hoje, a Internet e o iCarros representam cerca de 60% das nossas vendas, é praticamente uma terceira loja", avalia.

## Como funciona

O superintendente comercial do iCarros explica o processo de avaliação de crédito com o "Financiamento". De acordo com Helder Siqueira, a partir do momento em que o interessado preenche a ficha no portal, suas informações vão para o sistema de análise de crédito do Banco Itaú. Com a aprovação, dentro de poucas horas, tanto o cliente como a revenda recebem e-mails de alerta.

"O cliente é informado que seu crédito foi aprovado e que ele já pode procurar a revenda para fechar negócio. Já as lojas e concessionárias ficam cientes de que há uma pessoa interessada em determinado veículo e que o crédito já está aprovado", esclarece.

Desde o mês de junho, as revendas passaram a receber também as chamadas fichas pré-analisadas. Siqueira explica que esses são os casos em que o consumidor interessado não concluiu o preenchimento de todas as informações solicitadas. Os dados informados passam por uma análise do Banco Itaú para avaliação de quais contatos têm maior propensão a ter crédito aprovado.

"São até 30% mais leads qualificados que estão chegando todo mês para as revendas. É uma grande oportunidade de trabalhar esses potenciais compradores", aponta o executivo do portal automotivo.

Siqueira destaca que todas as revendas parceiras do iCarros que são cadastradas na Itaúcred têm acesso ao produto. Ele também orienta os revendedores a dar atenção às fichas reprovadas pelo sistema. "Se bem trabalhadas, elas podem ser ótimas oportunidades de vendas e, por isso, devem também receber atenção. O Financiamento, com certeza, vai ajudar muito no dia a dia de lojistas e concessionários", finaliza.



Marcelo Marcelino é proprietário da Carmax, na Bahadã Santista, e aprovou o Financiamento iCarros





Hyundai HB20 (à esq.) marca mudou na preferência nacional, enquanto Novo Uno 1.0 ainda vende mais

## Carros mais potentes ganham lugar na preferência do brasileiro

Versões de motor 1.0 dos modelos mais vendidos do país diminuem sua participação no mercado entre os consumidores que procuram um carro 0 km

Opção mais em conta para quem busca um zero-quilômetro, o famoso "popular", ou veículos equipados com motorização de 1,0 litro, tem perdido cada vez mais, participação no mercado ante a modelos mais potentes. Quem tem se beneficiado com essa retração são as opções com blocos 1.4 e 1.6.

Segundo dados da Associação de Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), o balanço dos quatro primeiros meses do ano comprova a consolidação dessa tendência, que deu os primeiros sinais ainda em 2011.

Com um volume recorde de 1,10 milhão de unidades licenciadas (alta de 8,2% em comparação ao mesmo período do ano passado), o mercado interno registrou 58,6% dos veículos emplacados com motor acima de 1.0, enquanto os populares responderam por 40,8% do total.

De acordo com o diretor da Consultoria Automotiva ADK, Paulo Roberto Garbossa, a crescente preferência por motores mais potentes nos modelos de entrada reflete uma tendência já observada há alguns anos. "O consumidor brasileiro está cada vez mais exigente, até mesmo aquele que está procurando o primeiro carro", explica. "Nesse sentido, os modelos de entrada que oferecem maior conforto ao dirigir, que é o caso daqueles com motorização um pouco mais potente, estão saindo na frente na preferência", completa.

Garbossa comenta que antes da compra o ideal é o consumidor pensar suas reais necessidades. "Se o veículo for utilizado principalmente em curtas distâncias e em lugares planos, o motor 1.0 pode ser o suficiente. Já se o motorista viaja bastante e precisará levar muito peso no carro, os motores mais potentes são os mais indicados", aponta.

Por outro lado, afirma o especialista, para quem está comprando o primeiro carro, um dos fatores que mais pesam na escolha entre uma motorização menor e uma mais potente é o valor da parcela. "Além disso, gastos com estacionamento e manutenção também acabam pesando, o que pode fazer o consumidor optar pelos modelos mais básicos", explica.

O iCarros fez um comparativo entre as principais opções de entrada oferecidas no mercado com motor 1.0 ou mais potente. Com exceção do Fiat Uno, segundo colocado entre os mais vendidos.

### Fiat Palio

A configuração 1.0 Attractive do terceiro hatch de entrada mais vendido no país tem metade da participação na linha. Já a 1.4 responde com 30% das vendas, enquanto as opções Essence 1.6 e Sporting 1.6 figuram com 12% e 8% dos emplacamentos, respectivamente.



## Hyundai HB20

Modelo de entrada da Hyundai que chegou em 2012 para competir diretamente com o líder de vendas Gol, o HB20 na sua configuração mais potente é o mais procurado: dos 30.296 modelos emplacados no primeiro trimestre de 2013, 60% têm a configuração 1.6 Comfort. A versão 1.0 responde por 40% da preferência dos consumidores.

## Chevrolet Onix

O Onix, aposta da GM para o mercado de hatches compactos, também reforça a tendência do consumidor brasileiro em optar por motores mais potentes. Do total de 29.168 unidades vendidas no primeiro trimestre, 55% são equipadas com motor 1.4. A versão 1.0 responde por 13.012 veículos licenciados no mesmo período.

## Ford Fiesta Rocam

Nos quatro primeiros meses do ano, a versão 1.6 registrou 59% dos emplacamentos, de um total de 19.898 unidades vendidas. Em seguida, aparece a versão de entrada 1.0, com 41% do volume.

## Novo Uno

Atrás do VW Gol na preferência nacional, o Fiat Uno é a exceção desta lista. Na contramão, a maioria dos emplacamentos corresponde à versão 1.0, cerca de 70%, contra 30% da configuração 1.4.

## Dez carros mais vendidos do Brasil em 2013

|     |                |         |
|-----|----------------|---------|
| 1º  | VW Gol         | 131.735 |
| 2º  | Fiat Uno       | 103.951 |
| 3º  | Fiat Palio     | 98.633  |
| 4º  | VW Fox         | 72.229  |
| 5º  | Fiat Strada    | 67.434  |
| 6º  | Hyundai HB20   | 66.734  |
| 7º  | Chevrolet Onix | 63.110  |
| 8º  | Fiat Siena     | 60.815  |
| 9º  | Ford Fiesta    | 60.486  |
| 10º | VW Voyage      | 52.428  |

Números acumulados de 2013 — carros emplacados até 15 de julho/ Dados: Fenabrave



Fiat Palio



Ford Fiesta Rocam



Chevrolet Onix

### HB20 e Onix colam nos líderes de venda

Lançados em outubro do ano passado, Hyundai HB20 e Chevrolet Onix foram responsáveis por mudar a tabela dos dez carros mais vendidos no mercado interno nos últimos meses. Donos de uma proposta moderna e bem construída, os modelos ocupam atualmente a quarta (HB20) e quinta (Onix) colocação no ranking de emplacamentos da Fenabrave.

As posições de destaque — ocupadas até o ano passado pelo Volkswagen Fox e pelo Chevrolet Celta, respectivamente — mostram a clara tendência do consumidor brasileiro na busca por modelos premium, já que, além da motorização 1.0, os modelos ocupam atualmente a sexta (HB20) e a sétima colocação (Onix) no ranking em que são os mais procurados da linha.

O modelo da Hyundai, fabricado em Piracicaba (SP), ainda conta com as versões sedã S e a pseudoaventureira X. O Onix, feito em Gravataí (RS), conta com a configuração três volumes Prisma.



# Eventos do mercado automotivo

Confira o calendário com os mais importantes congressos, salões e encontros do setor que serão realizados no segundo semestre no Brasil e no Exterior

### 23º Congresso Fenabrave e ExpoFenabrave

Quando: de 7 a 9 de agosto

Onde: Expo Center Norte – Pavilhão Azul, São Paulo (SP)

Informações: [www.congresso-fenabrave.com.br](http://www.congresso-fenabrave.com.br)



### 2º Congresso Fenauto – ExpoFenauto 2013

Quando: de 11 a 13 de setembro

Onde: Royal Palm Hotel & Resorts, Campinas (SP)

Informações: (11) 3125-3200

[www.fenauto.org.br](http://www.fenauto.org.br)



### Salão Duas Rodas 2013

Quando: 8 a 13 de outubro

Onde: Anhembi, São Paulo (SP)

Informações: [www.salaoduasrodas.com.br](http://www.salaoduasrodas.com.br)



### Fenatran 2013

Quando: de 28 de outubro a 1º de novembro

Onde: Anhembi – São Paulo (SP)

Informações: (11) 3060-4954

[www.fenatran.com.br](http://www.fenatran.com.br)



### Salão de Frankfurt 2013

Quando: 12 a 22 de setembro

[www.iaa.de](http://www.iaa.de)





[www.icarros.com.br](http://www.icarros.com.br)

Destaque este gula e delxe-o em sua mesa de trabalho para consultar.

**Atualização de  
estoque. Uma  
atitude que faz  
toda diferença.**

**@carros**



# No seu anúncio, cada detalhe vale ouro

Para que seus anúncios tenham sucesso na internet, é necessário seguir estes pontos

**Coloque fotos de boa qualidade em todos os anúncios.**

**Faça a descrição completa do veículo.**

**Ajuste o preço para que seus carros não fiquem mais caros que a média.**

## Atualização de estoque

Atualizar o estoque é outra tarefa fundamental para um bom desempenho on-line. Assim que um de seus carros é vendido, é importante retirar o anúncio antigo e, se possível, já incluir outro veículo no lugar.





# Veja o ciclo do anúncio na internet



Ao anunciar um veículo no site, estude atentamente em qual posição irá colocá-lo. Quanto maior destaque der a suas ofertas, mais rápido fechará uma venda.

Confira o que acontece com revendas que atualizam estoque e aquelas que não tomam cuidado com essa importante questão.

## Revendas que atualizam o estoque



Atraem o comprador até a loja para ver pessoalmente o carro anunciado.



Ganham a confiança do cliente, pois só prometem carros que possuem.



Dão agilidade ao processo de venda. Com o carro disponível e o cliente interessado, é só fechar negócio.





Viu só? Atualizando seu estoque,  
você fortalece a imagem da sua marca  
e causa boas impressões nos clientes.

Sucesso e bons negócios.  
É o que a equipe iCarros deseja a você.  
Conte sempre com a gente.

iCarros: o maior e mais completo portal automotivo do Brasil.

@carros | @motos | @caminhões



# Atendimento é a chave para bons negócios

iCarros apresenta as sete dicas essenciais para vencer a corrida contra a concorrência e mostrar ao cliente que sua revenda é a melhor escolha

Para tirar proveito de todo o potencial que o iCarros possui, o lojista, revendedor ou responsável pelo gerenciamento on-line deve ficar atento à atualização permanente dos estoques e à elaboração de bons anúncios, mas não pode deixar de lado um ponto que é essencial para conquistar a confiança do cliente: o atendimento.

Para auxiliar seus parceiros, o maior portal automotivo da internet brasileira elaborou o Guia de Atendimento, que está disponível para download no Portal Revenda ([www.icarros.com.br/portalrevenda](http://www.icarros.com.br/portalrevenda)). A Revista iCarros adianta algumas dicas para orientar o leitor a vencer a corrida contra a concorrência e provar para os consumidores que sua revenda é a melhor escolha.

O bom atendimento pode ser resumido em sete pontos essenciais. E não se esqueça: além de responder aos e-mails, ligue para todos os contatos, mesmo aqueles que apenas escreveram para você. Quanto mais próximo e atencioso você se mostrar, maiores são as chances de fechar negócio.

### Seja ágil nas respostas

Na internet, fecha negócio quem é mais rápido na resposta ao cliente. Estudos comprovam que retornar um contato após 24 horas diminui em até 50% a chance de realizar a venda.

### Seja atencioso e educado

Esteja sempre à disposição do cliente. Procure não cometer erros de português e entenda a real necessidade do comprador. Ao agir não só como vendedor, mas também como consultor, você vai conquistar a confiança do cliente.

### Eleja um especialista

Tenha uma pessoa ou uma equipe dedicada exclusivamente aos clientes vindos da internet, que será responsável por atualizar os anúncios, responder aos e-mails e passar as propostas para os vendedores.

### Dê informações completas



Seja paciente para esclarecer todas as dúvidas do cliente e dar o maior número de informações possível. Quanto mais transparente você for, mais seguro e confiante ele vai se sentir.

### Anuncie apenas os carros do estoque



Sempre que um carro for vendido, retire a oferta do ar e substitua imediatamente por outro veículo. Isso evita que um cliente fique frustrado ao procurar carros que já não estão mais disponíveis na sua revenda.

### Leve o cliente para a revenda



Capriche na argumentação, convide e convença o cliente a ir até você. Sirva um café, seja atencioso, ofereça vantagens especiais e mostre por que sua revenda é o lugar certo para ele fechar negócio.

### Mantenha contato

Mande e-mails com novas ofertas e mostre que tem interesse em tê-lo como cliente. Quando ele for pesquisar um novo carro, vai lembrar-se de você. Apenas tenha cuidado para não ser muito insistente.

# Internet alavanca faturamento da Mauro Imports

Negócios fechados a partir de contatos on-line ou de clientes que conheceram a marca pela rede representam 70% das vendas da revenda multimarcas de motos de Jundiaí

A revenda Mauro Imports, de Jundiaí (SP), colhe frutos de um bom trabalho realizado no mercado on-line há aproximadamente quatro anos. No entanto, há cerca de nove meses, a empresa ganhou um impulso importante na divulgação de sua marca e suas ofertas: a parceria com o iMotos, o portal duas rodas do iCarros.

A revenda multimarcas tem a direção do empresário Mauro Pincinato, que possui mais de 33 anos de experiência no mercado de duas rodas. Em seu material de divulgação, o proprietário da revenda afirma que busca manter um estoque diversificado de motocicletas que atendam não apenas às necessidades dos clientes, mas também seus desejos, e representem a personalidade dos motociclistas.



Revenda diversifica estoque para atender clientes de perfis diferentes



De acordo com o gerente da Mauro Imports, Anderson Granadier, o mercado digital vem crescendo em importância e em números nos resultados da loja. **As vendas concluídas a partir do site próprio da empresa e do iMotos representam cerca de 70% do faturamento total. "Esse é um montante muito importante para nós", afirma.**

Ele destaca que os resultados positivos podem ser ainda melhores, como consequência da apresentação com um bom atendimento, de um estoque diversificado e de soluções como a nova ferramenta do portal iCarros, o Financiamento, que agiliza o processo de aprovação de crédito e alerta a revenda do interesse do comprador.

**"Pelo iMotos, já estamos recebendo propostas aprovadas antes mesmo de entrar em contato com o cliente. Ou seja, o comprador entra no iMotos, encontra a moto que procurava e, pelo próprio site, preenche sua ficha e faz a sua análise de crédito", relata.** "Na minha opinião, essa é uma ótima ferramenta e vai ser cada vez mais importante nas nossas vendas", complementa.

Granadier aponta que os clientes internautas que visitam o site da loja e visualizam as ofertas do iMotos são sempre potenciais compradores. Para ele, um atendimento ágil e qualificado é essencial para levar a negociação para o próximo nível, ou seja, levar o interessado à revenda.



Empresa valoriza o atendimento para levar cliente à loja e tentar fechar um bom negócio



Loja multimarcas investe na divulgação de sua marca no iMotos



**"Acredito que 90% das pessoas que entram no site estão decididas a negociar. Procuramos atender o cliente da melhor forma possível e esclarecer todas as suas dúvidas, para que ele venha até a nossa loja já decidido a fechar negócio conosco", frisa o gerente.**

No dia a dia da revenda, Granadier é o responsável no Departamento de Vendas por gerenciar os contatos e responder aos consumidores que enviam propostas e demonstram interesse pela internet. "Eu anuncio e entro em contato por telefone com a maioria dos clientes", diz. O estoque do site da loja e do iMotos é atualizado diariamente com o apoio de um colaborador, que fotografa as motos em um padrão da Mauro Imports e produz os anúncios.



## Parceiro iCarros



Marcelo Gomes de Araújo aposta na internet para fortalecer as marcas Dominó e Renove Automóveis

# 'Temos ótimos resultados no mercado on-line'

Empresário Marcelo Gomes de Araújo direciona investimentos para o mercado on-line e reforça praticidade da ferramenta Financiamento iCarros para suas lojas de Niterói e São Gonçalo

Proprietário de lojas de veículos novos e seminovos em Niterói e São Gonçalo, no estado do Rio de Janeiro, o empresário Marcelo Gomes de Araújo desenvolve um trabalho bastante aplicado para o mercado automotivo on-line. E, em sua avaliação, os resultados correspondem satisfatoriamente ao investimento, a ponto da Dominó Automóveis e da Renove Automóveis terem praticamente deixado de anunciar em outras mídias que não a internet.

**"A internet é nosso carro-chefe. Fazemos pouca TV, mas mesmo os planos mais caros dos portais on-line e a manutenção do nosso site ficam mais baratos do que anunciar na TV. Atacamos no mercado on-line e temos ótimos resultados",** frisa Araújo.

Parceiro do iCarros há cerca de quatro anos, o empresário conta com uma assistência especializada que o orienta a tirar fotos dos veículos, produzir e cadastrar as ofertas digitais. A atualização e retirada de anúncios de carros vendidos é realizada pelo próprio proprietário com ajuda de uma colaboradora.

"Na nossa operação da internet, são os vendedores que olham os contatos e respondem aos clientes. Fazemos o possível para manter o iCarros e nosso site sempre atualizados, diariamente", comenta.

Com alguns anos de experiência na coordenação da operação digital, Araújo

reforça que muitos consumidores que pesquisam ofertas das lojas na internet não mandam mensagem nem entram em contato por telefone, mas sim dirigem-se diretamente ao ponto de venda.

**"Muitos clientes não dizem nada a princípio. Quando começamos a conversar e perguntamos onde viram o carro, muitos revelam que já haviam olhado as informações e o preço na internet",** diz.

Atualmente, o percentual de vendas das lojas, para compradores que tiveram contato com as ofertas da Dominó e Renove inicialmente pela internet, passa de 60% do total mensal, de acordo com o empresário, e chega a 80% em alguns períodos do ano.

"Como as lojas ficam em locais de movi-



mento, ainda temos muitos clientes 'de porta', que já conhecem os vendedores e vêm ao ponto de venda para olhar o estoque. Por outro lado, com o nosso site e o iCarros, abrimos espaço para clientes de outras cidades do Rio de Janeiro e até de outros estados", destaca.

## Financiamento iCarros

A Dominó Automóveis e Renove Automóveis já receberam clientes com crédito pré-aprovado pela ferramenta Financiamento iCarros, prontos para fechar negócio na loja, inclusive de veículos 0 km. Araújo lembra de um comprador que se interessou por uma caminhonete de grande porte nova e finalizou a negociação em tempo recorde.

**"Ele ligou para a loja e foi tudo muito rápido. Financiou R\$ 50 mil de um carro de R\$ 80 mil e já veio com tudo detalhado, apenas para entregar o carro e assinar o contrato do financiamento", conta.**

Para o empresário, as vantagens da nova solução do iCarros são maiores do que a agilidade e a facilidade da aprovação do crédito: é o incentivo ao próprio consumidor.

**"Quando o cliente preenche o Financiamento iCarros e é aprovado, nós recebemos um alerta do portal. A vantagem dessa novidade é que a negociação fica mais fácil para os dois lados e, mais importante ainda, o cliente vem à loja empolgado com a possibilidade de fechar negócio rapidamente. Além de agilizar o processo, existe esse grande incentivo para o cliente, que já sai de casa com vontade de fechar negócio", frisa.**



Revendas ganharam impulso com investimento de mídia no mercado on-line



Com novas e seminovas, revendas do Rio de Janeiro já fecharam negócio com clientes de crédito pré-aprovado do iCarros





# ‘O iCarros virou nosso carro-chefe’

Contorno Car Shopping, de Belo Horizonte, direcionou os investimentos de mídia para o mercado on-line e, sete meses depois, comemora os resultados positivos: 80% das vendas vêm de negociações da internet

Em pouco mais de sete meses, uma virada no modelo de divulgação em direção ao mercado on-line já se prova um grande acerto para o Contorno Car Shopping, de Belo Horizonte (MG). O centro automotivo, que conta com dez lojas em operação, fechou uma grande parceria com o iCarros, em outubro do ano passado, e direcionou praticamente 100% de seus investimentos de mídia para a internet.

**Agora, os resultados começam a se consolidar e comprovam a eficiência de uma boa operação on-line, aliada a um atendimento de qualidade. Cerca de 80% das vendas atuais das lojas do shopping são negócios vindos de ofertas digitais.**

O administrador do Contorno Car Shopping, Leonardo Braga, explica que o amadurecimento do mercado e o momento pelo qual passa a economia brasileira criaram a necessidade de uma alternativa para os grandes investimentos em mídia tradicional, como TV e jornais, aos quais os lojistas estavam acostumados.

“Há um ano, trabalhávamos de uma forma, mas mudou totalmente. Hoje, vemos na TV uma enxurrada de ofertas e um grande número de montadoras que atuam no Brasil, sendo que, no passado, elas eram apenas quatro”, analisa. “Não temos poder para brigar com as montadoras por espaço na mídia e, por isso, a internet mostrou-se a melhor solução para atrair os clientes”, completa.

A proposta dos empresários foi unir forças e aproveitar o reconhecimento da marca Contorno Car Shopping em toda a Grande Belo Horizonte. “Viramos uma loja só, a fim de ganhar força. Fizemos o plano Diamante do iCarros e nos tornamos uma das maiores lojas virtuais do portal”, comenta o administrador.

Braga relembra que uma das lojas do shopping já realizava um trabalho consistente na internet e os resultados positivos foram um incentivo para que a ação conjunta fosse abraçada por todos.

Para a apresentação apropriada do Contorno Car Shopping no mercado on-line, foram necessários três meses para padronizar os anúncios e imagens. Ao mesmo tempo, os empresários e vendedores tomavam consciência da importância de um atendimento ágil e de ofertas especiais para os consumidores da internet.

De acordo com o administrador, um colaborador foi direcionado exclusivamente para coordenar a operação digital. Loja por loja, foi criada uma padronização para as imagens das ofertas, com fotos de boa qualidade e que valorizam detalhes dos veículos. A administração do shopping centraliza os contatos e distribui as ligações, de acordo com a oferta procurada.

“Ao mesmo tempo, adotamos um posicionamento diferenciado para a internet.



Somos muito criteriosos com a qualidade dos anúncios e também buscamos trabalhar preços especiais, que vão colocar nossas ofertas em destaque”, comenta. “A Internet exige esse trabalho diário, um atendimento de qualidade e a atualização constante, mas os resultados aparecem. Hoje, 80% das vendas das lojas do Contorno Car Shopping vêm das ofertas na Internet”, completa Braga.

Para o empresário, a vantagem do mercado digital é a possibilidade de mensurar os resultados reais. Apenas no mês de maio, por exemplo, o shopping obteve mais de 70 mil visualizações de suas ofertas.

“Os vendedores também perguntam onde o cliente viu a oferta, mesmo que ele tenha procurado a loja sem fazer contato por e-mail ou telefone. Nos fins de semana, que têm maior movimento, conseguimos medir muito bem esse resultado. O cliente chega ao shopping e vai direto ao carro que ele já viu na internet”, conta.

Caso uma loja demonstre dificuldade ou deficiência em seus anúncios, a administração auxilia na operação on-line para não prejudicar a qualidade das ofertas do shopping e os números totais.

Os empresários já perceberam a importância da agilidade para atrair os compradores. Braga frisa que oferecer um atendimento ágil faz a diferença e que os vendedores das lojas comprovam esse fato no número de negócios fechados.

Outra lição aprendida foi a do relacionamento com o consumidor. Todos os e-mails e contatos recebidos pelo shopping entram no mailing. “Evitamos o comportamento de spam, mas tentamos manter contato com os clientes. Avisamos sobre ofertas e sobre os feiões, por exemplo”, afirma.

## Cliente consciente

Na avaliação de Braga, o amadurecimento do mercado nacional e a tecnologia mudaram completamente a forma



Leonardo Braga, administrador do Contorno Car Shopping; abaixo, parte das equipes das lojas do centro automotivo



com que os consumidores se relacionam com os carros. Em sua opinião, até mesmo quem não tem tanta prática para operar um computador não deixa de passar pela pesquisa na internet.

“Passamos da fase em que comprar um carro era a coisa mais difícil do mundo. Com crédito, as pessoas adquiriram mais consciência do que consomem. Hoje, o cliente chega à loja com todas as informações na ponta da língua”, diz.

O administrador observa que o consumidor gasta mais tempo no computador no processo de busca de seu carro novo. “Na Internet, ele passa por um leque infinito de opções, até encontrar o que deseja e o que cabe em seu orçamento”, comprova. “Por isso, o trabalho na Internet tem de ter qualidade, ser honesto e com preço justo. A vinda do cliente até a loja é consequência de um bom trabalho on-line”, finaliza.





BMW Série 6 Gran Coupé

# Novidades para encher os olhos

O primeiro semestre de 2013 foi movimentado no número de lançamentos automotivos. Em boa parte, uma bela ressaca do Salão do Automóvel, que aconteceu no fim do ano passado, quando muitas das novidades que chegaram às lo-

jas neste ano foram mostradas pela primeira vez.

A segunda parte do ano promete ser igualmente agitada. Confira, então, quem chegou às ruas brasileiras no primeiro semestre.

Chery Celer



Citroën DS4





Honda Civic



Dodge Durango



Ford New Fiesta



Hyundai HB20 Sedan



Suzuki Jimny



Kia Cerato



# Lançamentos

Kia Sorento



Maserati Quattroporte



Mercedes-Benz Classe A



Peugeot 208



Chevrolet Prisma



Land Rover Range Rover Vogue





Toyota RAV4



Volkswagen Saveiro



Ford Fusion flex



Hyundai HB20X



Ferrari F12berlinetta



Audi TTRS





# Tecnologia é coisa do passado

ABS, airbag e faróis direcionais parecem inovações recentes? Pois elas já estão no mercado há décadas e, assim como outras “novidades”, ainda têm muito o que evoluir

Equipamentos obrigatórios no mercado brasileiro a partir de 2014, freios ABS e airbags foram desenvolvidos há muitas décadas. O que dizer do rádio, então? O que poucos sabem é que muitas tecnologias que estão a bordo dos veículos hoje em dia são bem antigas e ainda têm muito a evoluir.

### Solta o som

Os primeiros aparelhos de som do início do século XX eram verdadeiros armários, mas conforme se aperfeiçoaram também se tornaram mais discretos nas cabines dos automóveis. De meros receptores de ondas curtas, médias e longas, passaram a contar com as frequências AM e, posteriormente, FM. Na década de 1950, já havia um dispositivo nos Estados Unidos para tocar discos dentro do carro.

Em 1979, a Sony lançou o primeiro sistema de som automotivo capaz de reproduzir fitas no formato cassete, o modelo XK 20. Em 1984, chegava o primeiro toca-CD, seguido, dois anos depois, pelo CD player com disqueteira para dez discos. Em 2002, era vez de ser incorporado ao rádio um disco de memória. O

formato USB chegou em 2006, seguido em 2007 pela conectividade via Bluetooth. Longo caminho, desde o pequeno rádio de 6V que equipava os primeiros Volkswagen Fusca no Brasil, não?

Mas e o futuro? “Esqueça o CD player. Nossas pesquisas apontam que cada vez menos pessoas utilizam esse formato”, afirma Marcos Uematsu, gerente de som automotivo da Sony do Brasil.

Comece a imaginar o som de seu carro como um centro de entretenimento, que vai agregar desde música até TV, GPS e interação com a internet. O mundo virtual, segundo Uematsu, é “uma tendência inevitável”.

### Pare agora!

ABS não é sopa de letrinhas. A história do sistema antitravamento dos freios remonta ao início da era da aviação a jato, na década de 1950, já que foram os aviões os primeiros a utilizá-lo. Ao contrário do que muitos pensam, o ABS não serve para melhorar a força de frenagem do carro. Ele garante uma frenagem segura em qualquer superfície.

Para isso, o ABS utiliza sensores nas rodas que identificam quando os pneus travam. Ao aliviar e retomar a força aplicada aos freios de forma repetida, o sistema evita que o carro derrape durante uma frenagem.

Em 1978, com três sensores, o primeiro equipamento de ABS adaptado pela Bosch em um Mercedes-Benz Classe S pesava mais de seis quilos. Hoje, não passa de 1,5 quilo e funciona com o mesmo princípio. O segredo está na informatização intensiva do sistema, integrado também aos controles de tração e estabilidade.

Por exemplo, se o motorista acelerar demais em uma curva e sair de lado, o controle de estabilidade aciona o ABS para travar as rodas de um lado do carro e



o colocar novamente na trajetória. O controle de tração faz a mesma coisa: numa situação de baixa aderência, em que uma roda de tração está girando mais que a outra, o ABS é utilizado para equalizar a rotação das rodas.

E o futuro do ABS continua nesse caminho. "Cada vez mais, o sistema terá mais sensores e dará respostas mais rápidas à central eletrônica do carro para garantir sempre uma condução segura", explica Glauci Toniato, gerente de marketing de produto da Mercedes-Benz.

## Santa bolsa protetora

Você sabia que o airbag não era permitido nos Estados Unidos? Pois é, acontece que em muitos estados daquele país o cinto de segurança não era obrigatório e a falta desse item, combinado às bolsas infláveis de ar, fazia uma combinação fatal. A história desse sistema tem origem no Classe S, em 1980. Ao detectar um impacto, o sensor dispara um sinal para a central eletrônica que comanda a abertura das bolsas de ar.

Atualmente, o airbag está menor e mais eficiente, pois conta com sistemas de detecção do peso do ocupante e pode abrir em fases para diminuir o impacto. Antes restrito ao compartimento do volante, o airbag pode cobrir virtualmente todo o carro. "Hoje em dia, os carros já são desenvolvidos pensando no airbag, pois está inserido na estrutura do veículo", acrescenta Toniato. "Os sensores contam mais com a desaceleração do carro que com o impacto em si para tornar o tempo de resposta mais curto", completa.

## E fez-se a luz

Os faróis começaram a vida como lanternas a gás, adaptadas às carruagens. Conforme a elétrica nos automóveis se desenvolveu, ao longo da década de 1920, os faróis se eletrificaram.

Para aumentar a longevidade das lâmpadas, foi inventado o sistema de lâmpada selada, preenchido com gás halógeno. Isso gerou nos Estados Unidos um desvio: é comum ver carros globais das décadas de 1970 e 1980 com faróis diferentes nas ruas norte-americanas em relação ao resto do mundo. Isso porque o governo dos EUA achava perigoso o uso do gás nas lâmpadas e exigia que todo o bloco dos faróis fosse selado.

O farol direcional existe desde a década de 1930, porém o primeiro carro a utilizá-lo em larga escala foi o Citroën DS, na década de 1950. Até hoje, funciona com o mesmo princípio, com poucas variações. Uma delas é o do Fiat Bravo, que não é direcional, mas aciona os faróis de neblina em curvas para aumentar a visibilidade.

Para o futuro, pode-se esperar do farol que ele se torne tão inteligente quanto o carro. Hoje, pode-se ligar e desligar sozinho por meio de sensores. Modelos como o novo BMW Série 3 vão além: seus sensores captam o movimento ao redor do carro e são capazes de modular a potência e o uso do farol alto na estrada, de forma a não ofuscar a vista de quem vem na mão contrária.

## O carro de três rodas

Desde a década de 1950, os carros de competição já contavam com amortecedores ajustáveis. Inicialmente, eram de rosca, que comprimia as molas para deixar o veículo mais firme. O Citroën DS possuía um sistema hidropneumático em que o motorista podia escolher a altura do carro. Um atributo muito propagandeado na época era que o modelo francês podia andar com apenas três rodas, já que o sistema se encarregava de regular a pressão nos amortecedores.

Os sistemas ajustáveis mais comuns, hoje em dia, são do tipo hidráulico, em que o motorista pode alterar o comportamento do sistema de suspensão por meio de um botão, deixando o carro mais firme e baixo, confortável, ou alto para ultrapassar obstáculos.

Modelos da Ferrari já estão à frente, com amortecedores com partículas polarizadas junto ao fluido hidráulico. Com uma carga elétrica, o carro muda instantaneamente de comportamento, podendo, inclusive, adaptar-se sozinho ao terreno, como o antigo modelo F1 da Williams da década de 1990 fazia com sua suspensão ativa. O sistema eletromagnético, por sua vez, substitui o amortecedor hidráulico e a mola por um conjunto que utiliza os princípios do magnetismo para fazer o papel da suspensão.

## E o "sistema carro", como fica?

Os sistemas automotivos evoluíram muito, mas não estariam aqui, hoje, se não fosse pelo automóvel. De uma carruagem sem cavalos para uma estrutura metálica cheia de tecnologia embarcada, o automóvel enfrenta um paradigma para o futuro: como será o carro do amanhã? Elétrico, compartilhado, guiando-se sozinho?

"Hoje, os carros diferenciam-se pela tecnologia embarcada, mesmo que os donos não usem nem 20% do que o carro tem", diz Paulo Roberto Garbossa, consultor automotivo da ADK Automotive.

Mas, segundo o especialista, as tecnologias que se mostrarem realmente viáveis vão se baratear e entrar em produção de larga escala. "Foi o que aconteceu com o airbag e com o ABS", finaliza.





Com lojas em Porto Seguro, Itabera e Eusépolis, Vascar Veículos direciona seus investimentos de mídia para a Internet

# Bahia comprova a força da internet

Estado do Nordeste vem crescendo em número de parceiros, de ofertas e de consumidores interessados nos anúncios do iCarros. Meta dos colaboradores e anunciantes é ampliação pelo interior do estado

Nesta edição da Revista iCarros, o Dossiê Regional aborda um estado que vem crescendo em número de parceiros e de internautas interessados em suas ofertas. Segundo dados da Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave), a Bahia é o sétimo estado brasileiro em número de emplacamentos no país.

O gerente da Itaucred Jailson Andrade Alves, que coordena os operadores de todo o território baiano, comenta que a divulgação e o número de anunciantes do iCarros vêm crescendo em paralelo ao nível de satisfação dos revendedores automotivos do estado.

**“Ouvimos sempre dos revendedores que o produto do iCarros tem aplicação excelente e traduz o que eles possuem de expectativa para o fu-**

**turo do varejo”, afirma. “Estamos à frente dos nossos concorrentes”, completa.**

Para Alves, os empresários do setor automotivo vêm chegando à conclusão de que a operação do iCarros não provoca dispersão, em relação ao investimento. “Ao contrário de anunciar na TV, no jornal ou em panfletagem, as pessoas que estão no iCarros estão no momento de compra, por isso o portal é sinônimo de bons negócios para o revendedor”, aponta.



Atualmente, a gerência vem realizando um trabalho de quebra de resistências e consolidação das vantagens do iCarros, especialmente no interior do estado. "Uma barreira que estamos quebrando é o receio da gestão, pois alguns sites regionais fazem as fotos e produzem os anúncios para as revendas. É um processo de amadurecimento. O empresário já começou a entender que a operação do iCarros é simples e objetiva, com um produto de qualidade muito melhor", compara.

A operadora do Itaú Alba de Almeida Botelho atende a região das cidades baianas de Eunápolis e Porto Seguro há pouco mais de um semestre. Ela comenta que o iCarros já possuía muitos parceiros nas regiões, mas poucos utilizavam todo o potencial do produto, até mesmo por falta de orientação.

"Passei a mostrar a eles que o iCarros é uma ferramenta básica para o marketing da revenda hoje em dia. Temos um amplo material informativo e de apoio e, após colocar em prática essas informações para atualizar o estoque no portal e oferecer um bom atendimento, eles começam a receber o retorno", afirma.

Ela conta que até mesmo lojas com estrutura física menor, mas com um trabalho dedicado no iCarros, começaram a ganhar destaque e comprovar o potencial do mercado on-line. "Os empresários veem os clientes procurando pelas ofertas, eles já estão percebendo o retorno, inclusive no atendimento de pessoas de outras cidades", diz a operadora.

## De Porto Seguro para o Brasil

A Vascar Veículos possui três lojas na Bahia, nas cidades de Porto Seguro, Eunápolis e Itabela. Parceira do iCarros há cerca de seis meses, a empresa já começa a contabilizar o retorno de uma operação bem-sucedida do portal automotivo.

De acordo com o diretor da Vascar, Emerson Vasconcelos, o trabalho com o iCarros mostrou-se mais cômodo, mais barato e mais vantajoso do que a administração da página própria das revendas. "Trabalhamos com nosso site, mas o resultado não é tão bom quanto do iCarros, porque não temos uma divulgação tão ampla, enquanto o iCarros tem alcance nacional. Com os filtros certos e boas ofertas, podemos receber contato de clientes de todo o Brasil", afirma.

A operação da Vascar no iCarros é centralizada em um único estoque, que é administrado na loja de Eunápolis por um colaborador especialmente dedicado à internet. "As outras lojas mandam fotos e dados, mas nós fazemos os anúncios e recebemos os contatos, que são repassados aos vendedores, em sua ordem. Cada gerente faz o acompanhamento", explica Vasconcelos.

Para o empresário, os consumidores das regiões atendidas pela Vascar pareciam reticentes, mas já começam a explorar as possibilidades do mercado on-line. "Em Porto Seguro, como tem muitos moradores que vieram de outros estados e capitais, a representatividade é maior. Mas as outras cidades estão criando a cultura da internet e as vendas tendem a melhorar cada vez mais", conclui.

## Os dez modelos mais buscados no iCarros na Bahia

|     | Marca      | Modelo             | Número de buscas |
|-----|------------|--------------------|------------------|
| 1º  | Volkswagen | Gol                | 525.813          |
| 2º  | Fiat       | Uno                | 466.696          |
| 3º  | Hyundai    | HB20               | 281.342          |
| 4º  | Toyota     | Corolla            | 276.969          |
| 5º  | Fiat       | Strada             | 260.396          |
| 6º  | Fiat       | Palio              | 232.108          |
| 7º  | Chevrolet  | S10 Cabine Dupla   | 231.635          |
| 8º  | Toyota     | Hilux Cabine Dupla | 189.624          |
| 9º  | Ford       | EcoSport           | 187.346          |
| 10º | Volkswagen | Golf               | 183.965          |

Dados: iCarros / julho de 2013

## Os dez modelos mais anunciados no iCarros na Bahia

|     | Marca      | Modelo             |
|-----|------------|--------------------|
| 1º  | Fiat       | Palio              |
| 2º  | Volkswagen | Gol                |
| 3º  | Fiat       | Strada             |
| 4º  | Fiat       | Uno Mille          |
| 5º  | Chevrolet  | Celta              |
| 6º  | Volkswagen | Fox                |
| 7º  | Fiat       | Siena              |
| 8º  | Toyota     | Hilux Cabine Dupla |
| 9º  | Ford       | Fiesta             |
| 10º | Toyota     | Tucson             |

# Seu próximo carro na ponta dos dedos.



**Rápido, fácil e inteligente.**  
**Comprar e pesquisar carros nunca foi tão prático.**

- > **Encontre** aqui as melhores ofertas na sua região, grave seus anúncios favoritos e consulte preços na tabela Fipec.
- > **Pesquise** por lojas e concessionárias no mapa ou através de realidade aumentada.
- > **Fale** diretamente da oferta do veículo: faça uma ligação ou envie um e-mail.
- > **Acesse** seus anúncios favoritos, a qualquer momento, a partir do seu smartphone, tablet ou computador.
- > **Compare 0km:** veja fotos, preços, vídeos e compare as versões de todos os carros novos.

Não espere mais.  
Baixe agora o seu.

É grátis!

 **carros**