São Paulo, 6 de outubro de 2021

mobilidade

mobilidade.estadao.com.br /MobilidadeEstadao /mobilidadeestadao Estadão Mobilidade

PRODUZIDO POR

ESTADÃO BLUE STUDIO

Foto: Marco Ankosqui

Mobilidade ativa traz benefícios sociais, de saúde e até mesmo economia pessoal

Transformar energia em deslocamentos verdes

Práticas como andar de bicicleta ou a pé ganham novos adeptos e propõem formas mais sustentáveis de ir e vir

Por Daniela Saragiotto

Quando um deslocamento depende da energia do indivíduo – com a ajuda de equipamentos não motorizados ou mesmo sem ela –, estamos falando de mobilidade ativa. Caminhada, andar de bicicleta e outras são modalidades que foram fortemente impulsionadas durante a pandemia. De acordo com pesquisa feita pela organização Rede Brasileira de Urbanismo Colaborativo, a preferência por andar a pé passou de 9%, antes da covid-19, para 23%, em 2020, em todo o País. Da mesma forma, as cidades vivenciam crescimento na quantidade de ciclistas nas ruas, o que se comprova na elevação das vendas de bikes, no número de compartilhamentos pelas empresas de aplicativos ou mesmo nos marcadores da Companhia de Engenharia de Tráfego (CET), no caso da capital paulista.

Ao que parece, muitos que adotaram novos hábitos, por necessidade de economizar, para praticar atividade física ou por preferência, irão continuar a caminhar e pedalar. Para conhecer as novidades da modalidade e os muito desafios que envolvem as práticas nos grandes centros, o **Mobilidade** conversou com Suzana Leite Nogueira, arquiteta urbanista, pedagoga e especialista em planejamento e projetos de mobilidade ativa.

Mobilidade: A modalidade como meio de transporte tem crescido na cidade de São Paulo?

Suzana Leite Nogueira: De acordo com a última Pesquisa Origem Destino do Metrô (OD-2017), o modo de deslocamento a pé representa 31,8% das viagens diárias, na região metropolitana de São Paulo. Comparando com os dados do mesmo estudo feito em 2007, houve crescimento de 5,8% no número de pessoas que andam como meio de transporte principal.

Já o modo bicicleta ainda não é tão utilizado quanto o caminhada, mas tem apresentado crescimento, na última década. De acordo com a mesma pesquisa OD-2017, houve aumento de 7,2% no total de ciclistas e de 45,2% no número de viagens realizadas por bicicletas, na mesma região, também na comparação com 2007. Outros dados, como os da ONG Ciclocidade, mostram crescimento no número de ciclistas em diferentes pontos da capital.

Por exemplo, no cruzamento entre as avenidas Imperador e Águia de Haia, na zona leste da capital paulista, foram realizadas contagens, em 2016 e em 2020, obtendo o total, respectivamente, de 687 e 1.060 ciclistas diários, elevação de 54%. Podemos observar que o número de mulheres cresceu de 2% para 3% e o de bicicletas cargueiras, de serviço, também passou de 2% para 3%, o que demonstra que os usos vêm se diversificando.

CONTINUA NA PÁG. 2

ACESSE TAMBÉM OS CONTEÚDOS ABAIXO NO PORTAL MOBILIDADE

INOVAÇÃO

Gasolina cara? Conheça 5 aplicativos que ajudam a economizar combustível

Foto: Getty Images

IMPOSTOS

Carros usados, elétricos e híbridos pagarão ICMS menor em São Paulo

Foto: Daniel Teixeira | Estadão

URBANISMO

ESTADÃO BLUE STUDIO

Desafios da prática da mobilidade ativa na cidade

Para ler e compartilhar no digital, acesse:

Má conservação das calçadas e falta de segurança no convívio com outros modais do trânsito ainda são fatores que precisam melhorar; conteúdos devem ser incorporados no currículo escolar

Na continuação da entrevista, Suzana Leite Nogueira, arquiteta urbanista, pedagoga e especialista em planejamento e projetos de mobilidade ativa, discorre sobre novos aspectos importantes – por exemplo, qual é o papel do Poder Público na melhoria da infraestrutura urbana para oferecer condições mais apropriadas para quem optar pela modalidade. Além da importância da educação em relação a novas formas de mobilidade.

Mobilidade: O que a prática dessas modalidades proporciona às pessoas?

Suzana Leite Nogueira: Trazem benefícios sociais, de saúde e até mesmo economia pessoal. De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS), a caminhada e o uso da bicicleta melhoram as condições físicas, reduzindo riscos de diabetes, ajudam em problemas intestinais, doenças respiratórias crônicas, além de diminuir o estresse, que pode causar acidente vascular cerebral e ataque cardíaco.

Segundo a publicação *A Economia da Bicicleta no Brasil*, o modal gera uma poupança anual de R$ 12.800, por família, o que contribui também com a condição de renda. A bicicleta fomenta um ciclo no setor produtivo nacional, com estímulo à confecção, à distribuição, à venda e à manutenção. No Brasil, 297 unidades fabricam componentes e montam bicicletas, o que resulta em mais de 7.000 empregos. O comércio atacadista compreende 269 estabelecimentos, com geração de cerca de 3.200 postos de trabalho. No varejo, são 5.700 negócios e em torno de 13.800 empregos. No total, 34.000 postos são gerados. É importante destacar que essa cadeia se concentra, prioritariamente, nas regiões Sudeste e Sul do Brasil, e tem um grande potencial de crescimento nas outras regiões. Além disso, caminhar e andar de bicicleta são atividades que não emitem poluentes, o que contribui para a saúde pública das cidade – e é muito relevante se considerarmos que, no Brasil, mais de 20.000 pessoas morrem, por ano, em decorrência da exposição aos materiais particulados do ar.

Que desafios as pessoa enfrentam ao caminhar e andar de bicicleta?

Suzana Nogueira: As dificuldades estão relacionadas ao comportamento dos condutores dos veículos motorizados no trânsito e à falta de infraestrutura para circulação de pedestres e ciclistas. Em relação aos pedestres, é importante mencionar a falta de calçadas, a estrutura precária nas condições de circulação, tanto ao longo do calçamento como nas travessias, a inexistência de pistas de caminhada e de manutenção como principais elementos que restringem o estímulo à prática na cidade.

Suzana Leite Nogueira, arquiteta e urbanista: "É fundamental que o Poder Público amplie a infraestrutura para pedestres e ciclistas"

Fotos: Marco Ankosqui

Além de ampliar a infraestrutura existente, é fundamental haver programas permanentes de manutenção

A maior dificuldade dos ciclistas está ligada aos riscos de circulação no trânsito. De acordo com a Pesquisa Nacional do Perfil do Ciclistas, realizada em quatro cidades brasileiras, dentre elas São Paulo, 40,8% dos entrevistados afirmam que a falta de segurança e de respeito dos condutores dos veículos motorizados é o que mais dificulta o uso do modal. Ainda, entre os entrevistados, 38% associam a falta de infraestrutura como um fator que os desestimula a pedalar. Dados da Companhia de Engenharia de Tráfego (CET) em São Paulo apresentam, com base em contagens em vias antes e depois da construção de infraestrutura ciclo viária, crescimento na circulação de bikes após a implantação da estrutura segregada. Além disso, quando falamos desse tema, também, devemos considerar a importância dos bicicletários, pois esses equipamentos estimulam o uso desse modal.

É comum que não praticantes desconheçam os direitos de ciclistas de pedalarem nas ruas. Por isso, é fundamental que essa discussão alcance toda a sociedade. O Departamento Nacional de Trânsito (Denatran) definiu que conteúdos sobre mobilidade urbana sejam incorporados ao currículo escolar, o que é uma ótima iniciativa, pois teremos, com esse processo, o tema sendo tratado em salas de aula, fazendo sentido para as pessoas desde a infância. Isso traz um olhar que não foca no espaço viário destinado, quase que exclusivamente, aos carros.

Que ações são necessárias para resolver esses desafios?

Suzana Nogueira: É fundamental que o Poder Público amplie a infraestrutura para pedestres e ciclistas e estabeleça um programa de manutenção permanente, com ampliação da largura de calçadas, construção de pavimentação adequada, criando acessibilidade e novos pontos de travessias no sistema viário, priorizando, também, a circulação dos pedestres nos cruzamentos.

Em relação ao uso da bicicleta, criar conexões entre as ciclovias e ciclofaixas existentes, além de implementar novas intervenções de circulação, como as ciclopassarelas, que qualificam a infraestrutura viária para quem já utiliza o modal, servem de estímulo a novos ciclistas. Os bicicletários também são importantes, e precisam oferecer qualidade como equipamentos de apoio a quem pedala. Em relação ao Poder Público, estabelecer a oferta de bikes a novos usuários, em diferentes regiões da cidade – como acontece no sistema de bicicletas compartilhadas disponível na região central –, pode estimular pessoas que não possuem equipamento.

O poder das bikes

- O modal gera uma economia anual de R$ 12.800 por família
- Elas incentivam um ciclo do setor produtivo nacional com estímulo à produção, à distribuição, à venda e à manutenção
- No Brasil, são 297 unidades fabris que produzem componentes e montam bicicletas, que geram mais de 7.000 empregos
- O comércio atacadista envolve 269 estabelecimentos, com 3.200 postos de trabalho
- No varejo, são 5.700 negócios, com 13.800 empregos
- No total, as bikes criam 34.000 postos de trabalho

Fonte: *A Economia da Bicicleta no Brasil*

O que você destaca de novidades positivas em mobilidade ativa?

Suzana Nogueira: Existem iniciativas importantes que vêm sendo executadas pelo Poder Público, por organizações sociais e por parcerias com a iniciativa privada. Para a mobilidade a pé, posso mencionar as intervenções urbanas com foco na circulação dos pedestres, que, mesmo não sendo inovadoras, têm apresentado soluções que melhoram as condições de caminhabilidade. O conceito de "territórios educativos" existentes em algumas cidades da região metropolitana de São Paulo, por exemplo, busca tratar o entorno das escolas com equipamentos públicos dos bairros, possibilitando que as pessoas criem mais deslocamentos a pé para diferentes finalidades, como comércio, estudo e serviços. Há, ainda, programas, como o Carona a Pé, que estimula as crianças a conhecerem a região entre a casa e o colégio e possam caminhar em pequenos grupos conduzidos por monitores de uma organização social.

O urbanismo tático também tem sido uma estratégia de redesenho de espaços viários, que possibilita um teste das intervenções para sua redistribuição antes de uma transformação definitiva. De caráter lúdico, tende a chamar a atenção das pessoas que circulam naquele espaço e que podem perceber as mudanças para qualificar as áreas de circulação. Em relação à bicicleta, há iniciativas que vêm ampliando sua importância, como de organizações que ensinam a pedalar, fazem reforma de equipamentos e distribuição para pessoas carentes ou mesmo as formações de empreendedorismo para o universo da bike, com foco na geração de emprego e renda. Entre elas, destaco a Rede Bike Anjo, que treina os interessados para que possam pedalar em seus deslocamentos diários.

FALE CONOSCO Se você quer comentar, sugerir reportagens ou anunciar produtos ou serviços na área de mobilidade, envie uma mensagem para **mobilidade@estadao.com**

ESTADÃO BLUE STUDIO

Av. Eng. Caetano Álvares, 55, 5º andar, São Paulo-SP
CEP 02598-900. projetosespeciais@estadao.com

Diretor de Conteúdo do Mercado Anunciante: **Luis Fernando Bovo** MTB 26.090-SP; Gerente de Conteúdo: **Tatiana Babadobulos**; Gerente de Eventos: **Daniela Pierini**; Gerente de Estratégias de Conteúdo: **Regina Fogo**; Redes Sociais: **Murilo Busolin**; Especialista de Publicações: **Lara De Novelli**; Especialista de Conteúdo: **João Prata**; Especialista de Pós-Vendas: **Luciana Giamellaro**; Arte: **Isac Barrios** e **Robson Mathias**; Analista de Marketing Sênior: **Marcelo Molina**; Analista de Conteúdo: **Bárbara Guerra**; Analistas de Marketing: **Isabella Paiva** e **Rafaela Vizoná**; Analista de Business Inteligence: **Bruna Medina**; Assistentes de Marketing: **Amanda Miyagui Fernandez** e **Giovanna Alves**; Colaboradores: Edição: **Arthur Caldeira**, **Daniela Saragiotto** e **Dante Grecco**; Revisão: **Marta Magnani**; Designer: **Cristiane Pino**

mobilidade

Publicação da S/A O Estado de S.Paulo
Conteúdo produzido pelo Estadão Blue Studio

Este material é produzido pelo Estadão Blue Studio.

Donas dos seus próprios caminhos

A campanha "Por Cidades Mais Femininas", da 99, promove uma reflexão sobre como os espaços públicos não foram construídos para as mulheres, impedindo o ir e vir com liberdade, autonomia e segurança

Divulgação

Na 99, elas representam 5% da base de motoristas parceiros e 60% dos passageiros transportados pela plataforma, que investe em ferramentas de inteligência artificial para garantir mais segurança em todas as corridas

Não é de agora que a preocupação com a integridade, inclusão e acessibilidade das mulheres em seus deslocamentos faz parte da agenda da 99, plataforma de tecnologia voltada à mobilidade urbana com usuários em cerca de 2 mil municípios do Brasil. Desde a sua criação, a empresa desenvolve uma série de compromissos para que elas sejam vistas e pertençam, de fato, a todos os espaços urbanos.

Para reforçar essa reflexão, a 99 traz desdobramentos para a campanha "Por Cidades Mais Femininas", com iniciativas para promover uma visibilidade igualitária das mulheres nos ambientes públicos. Uma das frentes vai tratar temas como a liberdade de sair às ruas, ocupar diversos espaços e o deslocamento com tranquilidade: sozinha, de bike, de transporte público ou carros por aplicativo.

Já pensou?

Que as cidades sempre foram pensadas por homens e para homens, colocando mulheres em segundo plano? Só na capital paulista, por exemplo, 84% dos nomes de ruas homenageiam homens. Com conteúdos instigantes como esse, a campanha "Por Cidades Mais Femininas" quer estimular o debate para mostrar como esses espaços podem ser perigosos, pois ignoram necessidades vitais, inviabilizam conquistas e criam barreiras que dificultam oportunidades para esse público. Para isso, os conteúdos estarão em locais estratégicos, como ruas, praças, estádios, parques, etc., e também nas redes sociais da empresa.

Pítia e Atena combatem o assédio

Mulheres representam 5% da base de motoristas parceiros cadastrados da 99 e 60% dos passageiros transportados pela plataforma, o que requer uma atenção especial nas ações da companhia. Recentemente, esse público ganhou a ajuda de duas novas ferramentas de inteligência artificial — Pítia e Atena — inseridas na plataforma para tornar mais seguras todas as corridas. Juntas, elas identificam passageiras mulheres em situação de maior risco, como, por exemplo, em regiões de bares e casas noturnas, à noite, com corridas mais longas e chamadas feitas por terceiros, e direcionam a chamada para motoristas parceiras ou parceiros mais bem avaliados.

Para onde vamos?

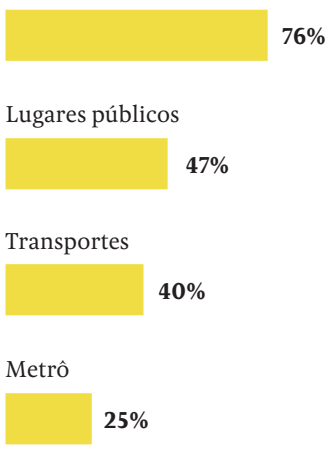
Para promover a reconexão dos habitantes com suas cidades, o portal Para Onde Vamos? (https://paraondevamos.com/) traz reflexões sobre a mobilidade urbana no Brasil e conteúdos diversos sobre o ir e vir. Em relação às mulheres, a plataforma identificou cinco pontos essenciais para tornar as cidades melhores para as demandas femininas, nos quesitos mobilidade, acessibilidade e segurança na rotina. São elas:

1. **Incluir mulheres no planejamento urbano.**
2. **Iluminar bem calçadas, ciclovias e pontos de ônibus.**
3. **Oferecer transporte ágil e flexível.**
4. **Dar opções exclusivas a mulheres.**
5. **Usar a tecnologia para combater o assédio.**

Caminhos hostis: o medo cotidiano

Getty Images

64% das mulheres afirmam ter sofrido assédio, em média de três vezes na vida. Em...



E nas seguintes situações:

(Fonte: 99, março 2021)

Para acessar outros conteúdos, aponte a câmera do celular para este QR code:

Este material é produzido pelo Estadão Blue Studio com patrocínio da 99.

Opções que cabem no seu bolso, para qualquer necessidade.

99 Se cuida, vai de 99.

Produção realizada respeitando os protocolos de segurança contra a COVID.

PESQUISA

ESTADÃO BLUE STUDIO

O que pensa o consumidor sobre o transporte no Brasil

Estudo aborda tendências e a percepção das pessoas

Para ler e compartilhar no digital, acesse:

Por Mário Sérgio Venditti

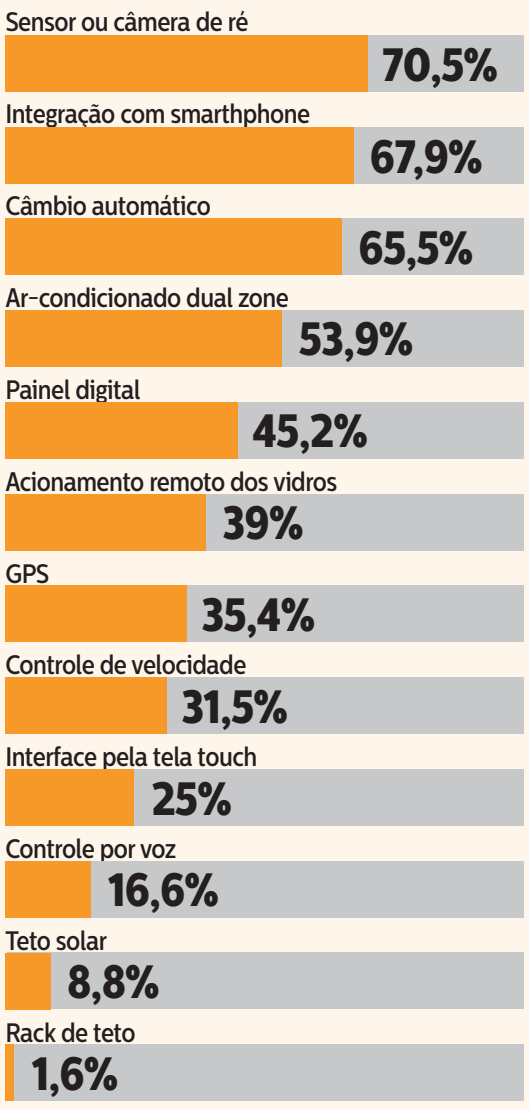
O lançamento de veículos eletrificados, a oferta de serviços como *carsharing* e a digitalização de operações da cadeia automotiva estão mudando a percepção das pessoas a respeito da mobilidade. É o que mostra a segunda edição da Pesquisa Mobilidade, uma iniciativa da SAE Brasil, da consultoria KPMG e da Agência Autodata.

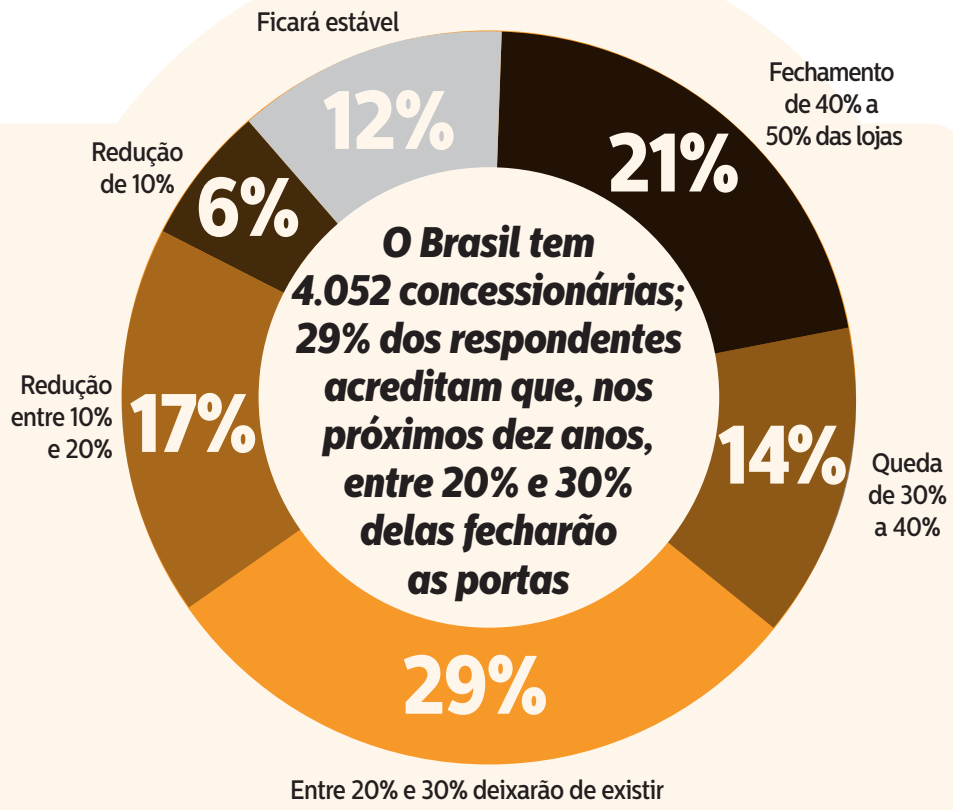
Nos meses de maio e junho, o estudo entrevistou 942 consumidores e executivos da indústria automotiva de todas as regiões do País, abordando temas como modelos de negócio, experiência de compra, inovações e veículos elétricos. O perfil dos participantes é variado, mas 81% possuem automóvel e a maioria (30,3%) dirige de 5 a 15 quilômetros por dia.

A primeira Pesquisa Mobilidade aconteceu em 2019, antes da pandemia da covid-19, que forçou a indústria a se reinventar em muitos aspectos, mudando também a visão dos usuários de como será o futuro do transporte das pessoas. Confira, a seguir, alguns resultados do levantamento.

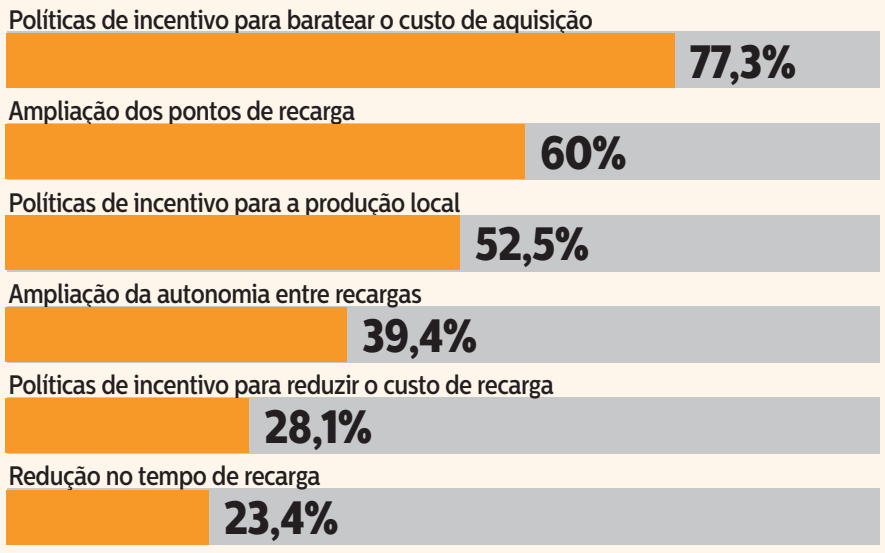
Como o usuário enxerga o futuro

Quais são os acessórios prioritários na hora de comprar um veículo?

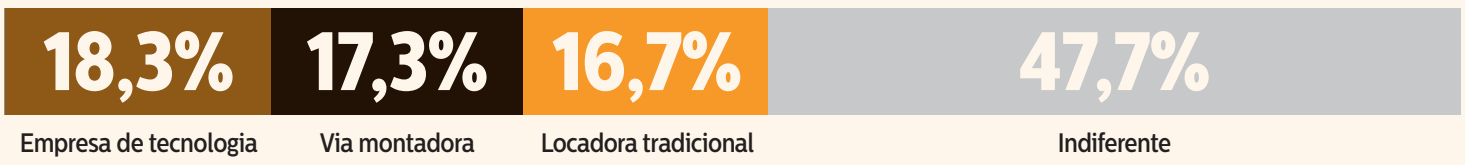




Como você ordenaria as ações abaixo para tornar os veículos elétricos atrativos no mercado?



Ao alugar um veículo, a sua opção preferencial será?



Para saber mais sobre esses resultados, entre outras informações, acesse: http://arquivos.saebrasil.org.br/revistaEAA/PesquisaMobilidade/index.html

CONCESSIONÁRIAS EM XEQUE

Elas seguirão com papel importante no futuro da mobilidade, mas terão de repensar seu modelo de negócio para atender ao mercado com agilidade. Segundo a pesquisa, os revendedores serão um dos elos da cadeia mais atingidos por mudanças profundas. Os próprios concessionários admitem que o tamanho da rede sofrerá redução drástica, trabalhando com estruturas mais enxutas e, espera-se, eficientes.

Hoje, o Brasil tem 4.052 lojas, mas 29% dos entrevistados acreditam que, nos próximos dez anos, entre 20% e 30% delas fecharão as portas. Já 21% preveem impacto maior, com o encerramento das atividades de 40% a 50% dos estabelecimentos (*confira ao lado*).

Na pesquisa, 68% dos entrevistados acreditam que as vendas diretas continuarão nos mesmos patamares, embora essa modalidade de negócio já não desfrute da mesma força de dois anos atrás. Mesmo assim, ela ainda mantém bom fôlego na medida em que as empresas de *carsharing* e locadoras tentam ampliar suas frotas.

A digitalização dos processos não deixa dúvida de que a indústria automotiva, se quiser ganhar musculatura para sobreviver, deve aprimorar as vendas pela internet. Cabe às montadoras e às concessionárias, de forma conjunta, conduzir esse processo, na opinião de quase 90% entrevistados. Nesse cenário, 78,6% dos usuários disseram que as montadoras precisam se responsabilizar pelas fases online de vendas, deixando para as concessionárias as etapas físicas da negociação. "O universo virtual e os novos hábitos de consumo exigem que o modelo de distribuição se adeque à nova realidade", salienta Mauro Correa, presidente da CAOA Montadora.

EXPERIÊNCIA DO CONSUMIDOR

A Pesquisa Mobilidade avaliou, também, a experiência de compra do consumidor. De 2019 para cá, o índice de interessados na aquisição de um automóvel zero-km caiu de 50% para 44,3%, ao passo que a busca por um usado subiu de 36% para 40%. Fatores como desemprego, falta de confiança na economia brasileira e preços dos automóveis explicam a retração.

Quem pretende adquirir um veículo não o fará rapidamente. Apenas 14% abrirão a carteira ainda em 2021, enquanto 75,7% tomarão a decisão em um período que varia de dois a quatro anos. "É preciso repensar nossa atuação junto ao cliente, a fim de criar soluções em produtos e serviços", apregoa Antonio Filosa, presidente da Stellantis para a América do Sul.

Os aspectos que mexem no bolso do consumidor são capazes de determinar a compra. Cada entrevistado pôde selecionar cinco respostas, e o resultado apontou que 76% levam em conta o consumo, na hora da escolha do carro. O custo total de propriedade (composto por compra, seguro, IPVA e manutenção) ficou com 75,4%. Tipo de motor, qualidade dos serviços de pós-venda e rede de assistência técnica vieram em seguida.

Já entre os equipamentos, os preferidos do consumidor quando vai comprar um veículo são sensor de ré (70,5%), integração com smartphone (67,9%), câmbio automático (65,5%), ar-condicionado dual zone (53,9%) e painel digital (45,2%). O até então queridinho GPS caiu para a sétima posição (*confira acima*).

INOVAÇÕES BEM-VINDAS

Os consumidores mostram-se bastante receptivos diante das inovações da indústria automotiva e na oferta de serviços. Hoje, 18,3% dos entrevistados aceitariam alugar um carro de uma empresa de tecnologia, 17,3% usariam essa modalidade oferecida pela própria montadora e 16,7% recorreriam às locadoras tradicionais. "É claro que existem consumidores querendo comprar um carro, mas há muita gente optando por serviços de mobilidade", atesta Rafael Chang, presidente da Toyota do Brasil.

Diante da questão se trocariam a posse do veículo por serviços de mobilidade, 42% responderam que essa cultura tende a amadurecer cada vez mais, dependendo da oferta de alternativas na região em que moram. "Quanto menor a oferta, menor é a chance de o brasileiro abrir mão do carro próprio", ressalta a pesquisa. Para complementar, 53% revelaram que podem aderir ao novo serviço de carro por assinatura.

A mobilidade está diretamente relacionada aos provedores que se apresentam no mercado. Para 35,8% dos consumidores, o elemento-chave para escolher esse provedor tem a ver com a disponibilidade do veículo em qualquer lugar e a qualquer hora, enquanto 31,5% escolheriam uma marca confiável. Quase 24,5% levariam em conta o custo e 8,3%, simplesmente, não usam serviços de mobilidade.

ELÉTRICOS EM ASCENSÃO

Não dá para falar em mobilidade sem mencionar os veículos eletrificados. Os carros com motor a combustão ainda são os preferidos do consumidor para a compra nos próximos cinco anos (57%), mas as propulsões híbrida (43%) e elétrica (23%) vêm ganhando espaço.

Isso é confirmado na questão seguinte, em que 89,7% dos entrevistados gostariam de ter veículos elétricos acessíveis para compra, no Brasil. Como resolver, então, o entrave do custo alto? Para 77,3%, políticas de incentivo para a redução dos preços são o caminho para o avanço dos automóveis movidos a bateria, no mercado brasileiro. A ampliação dos pontos de recarga foi citada por 60% das repostas e políticas para apoiar a produção local ficaram com 52,5%.

Ao se colocar uma lupa sobre a possibilidade da produção de veículos elétricos no Brasil, 42,9% dos executivos das montadoras consideram parcialmente viável, 29,5% plenamente viável e 17% parcialmente inviável.

Quando instados a falar sobre mobilidade sustentável, 64,2% dos consumidores definem o conceito como veículos com emissão zero, movidos com combustível com base em fontes renováveis de energia e fabricados com matérias-primas renováveis. Já 22,9% remetem aos veículos que funcionam com combustível desenvolvido por fontes renováveis de energia, 10,9% aliam o conceito ao carro com emissão zero e 1,9% citam veículos fabricados com matérias-primas renováveis.

MOMENTO mobilidade
NÃO PERCA A LIVE "MOMENTO MOBILIDADE", TODAS AS QUARTAS-FEIRAS, ÀS 11H, COM TRANSMISSÃO PELAS REDES SOCIAIS DO ESTADÃO OU NO PORTAL MOBILIDADE

Ecossistema integrado de mobilidade já é realidade no Brasil

União de negócios e serviços diferentes tem como objetivo facilitar toda a jornada do consumidor, da compra do veículo, passando pelo seu dia a dia e, até mesmo, na hora de estacionar ou fazer uma refeição

A mobilidade urbana vem enfrentando mudanças profundas nos últimos anos. As pessoas estão cada vez mais preocupadas não apenas com qual o caminho para ir do ponto A ao B, mas também com a forma como esse deslocamento é feito. Por fim, a pandemia de covid-19 foi o ingrediente que faltava para quebrar de vez antigos paradigmas e acelerar transformações.

Com as restrições impostas para frear a disseminação do vírus e com o isolamento social, o segmento de mobilidade foi um dos setores mais impactados. Conceitos como digitalização, inovação e adaptação de serviços tornaram-se palavras-chave neste novo momento.

De acordo com uma pesquisa da Moovit, a preferência pelo transporte público no Brasil caiu 15%, enquanto o uso de carros particulares aumentou. Em São Paulo, quase metade dos usuários entrevistados prefere usar carro próprio, por se sentir mais segura após a pandemia.

Essa preferência por carros pode ser notada no crescimento da venda de veículos novos, mas principalmente de usados, neste ano. Até agosto de 2021, as transações de usados já somam 10.234.046 unidades, um crescimento de 48,22% sobre o mesmo período de 2020, segundo dados da Fenabrave, entidade que reúne os distribuidores de veículos do Brasil. "A baixa disponibilidade de veículos novos segue como o grande desafio do setor da distribuição automotiva, e a oferta de usados surge como alternativa para suprir esse mercado", analisa Alarico Assumpção Júnior, presidente da Fenabrave.

O ajuste entre oferta e demanda por si só não é uma novidade. A diferença é que toda a jornada de quem pensa em comprar o carro agora pode ser feita de forma digital, em sites como o iCarros, uma empresa do grupo Itaú Unibanco, que integra diversos serviços online para facilitar a vida do consumidor.

Mais que um site, o iCarros funciona como uma espécie de plataforma que acompanha toda a jornada de mobilidade. Da busca por um veículo, novo ou usado, no classificado com 275 mil opções mensais, passando pela simulação de financiamento, contratação de seguro em parceria com a Porto Seguro e até mesmo o serviço de Entrega Fácil, disponível em formato de selo para que os clientes identifiquem quais revendas e concessionárias levam o carro adquirido até a sua casa.

FUTURO É AGORA

Embora pareça cena de filme de ficção científica, toda essa jornada digital é mais que uma tendência para o futuro trata-se de uma realidade já em 2021. O objetivo é integrar os serviços de forma a simplificar a vida de quem procura um carro para se locomover. Para Wanderley Vettore, vice-presidente da Associação Nacional das Instituições de Crédito, Financiamento e Investimento (Acrefi), empresas de crédito e do setor automotivo se uniram para criar soluções e inovações inteligentes para o consumidor. "O segmento tem se mostrado extremamente dinâmico. Quem diria que faríamos um financiamento de veículos por meio de aplicativo no celular?", observa Vettore.

Foto: Getty Images

> "O segmento tem se mostrado extremamente dinâmico. Quem diria que faríamos um financiamento de veículos por meio de aplicativo no celular?"
>
> **Wanderley Vettore,** vice-presidente da Associação Nacional das Instituições de Crédito, Financiamento e Investimento (Acrefi)

Mais que o financiamento, hoje o cliente se utiliza de um aplicativo para acompanhá-lo também durante a jornada de posse do veículo. O próprio iCarros criou, em março de 2020, o aplicativo Check-Up iCarros, de cuidados com o carro para facilitar o dia a dia dos motoristas. Com uma interface intuitiva, o app permite desde a criação de uma agenda do carro até receber notificações de manutenção preventiva, vencimento, pontuação na CNH ou pagamento do IPVA com parcelamento.

Mas, caso tenha contratado uma apólice da Porto Seguro no momento da aquisição do veículo, o cliente pode se utilizar do aplicativo da seguradora, ou ainda acionar a Porto Seguro pelo WhatsApp ou pelo Portal do Cliente. Assim, está tudo ali, a um clique no smartphone: solicitar assistência ou sinistro para o seu veículo, pedir segunda via de boleto, consultar pagamentos e ter acesso aos benefícios exclusivos.

PAGAMENTO SEM CONTATO

Por falar em cartão, detentores dos cartões de crédito Porto e Itaú também encontram benefícios para a sua jornada de utilização de um veículo, como vantagens e desconto na utilização da tag da ConectCar, empresa de meio de pagamento automático de mobilidade. Presente em 100% das rodovias pedagiadas e em mais de mil estacionamentos por todo o Brasil, como shoppings, aeroportos, hospitais, drive-thrus e outros serviços.

Com foco total na experiência do cliente, a ConectCar oferece diversos benefícios que vão além das cancelas, como a reserva de vagas sem sair de casa e o pagamento parcelado de débitos veiculares por meio do seu aplicativo. Assim, proporciona mais facilidade no dia a dia, dentro de uma jornada única, fluida, digital e transparente.

A empresa, que já tinha 50% de suas ações nas mãos do Grupo Itaú Unibanco, teve sua outra metade adquirida pela Porto Seguro.

A transação reforça a estratégia da Porto em aumentar a conexão entre a mobilidade e os diversos serviços financeiros, além de ser uma oportunidade para introduzir a tag ConectCar aos seus mais de 5 milhões de segurados Auto.

"A aquisição faz parte da estratégia de acelerarmos também o crescimento da base de clientes dos produtos financeiros, fortalecendo a relação entre os produtos da companhia, em linha com a missão da empresa de ser cada vez mais um porto seguro para todas as pessoas, tornando mais fácil e prática a vida dos clientes", afirmou Marcos Loução, vice-presidente de Produtos Financeiros e Serviços da Porto Seguro, à época do anúncio da compra em junho passado.

Mais recentemente, em setembro de 2021, o Itaú anunciou o lançamento de sua tag própria, a Tag Itaú, em parceria com a ConectCar. Disponível inicialmente para cerca de 20 milhões de cartonistas, com potencial de expandir para todos os 60 milhões de clientes do banco, que terão isenção de mensalidade para aproveitar o benefício de passagens automáticas em pedágios e estacionamentos.

Dessa forma, o cliente que compra um carro tem toda sua jornada de mobilidade coberta por facilidades e benefícios oriundos de um ecossistema de mobilidade digitalizado e integrado. Depois de ter comprado seu novo veículo, financiado e segurado de forma online, o consumidor sente-se praticamente um George Jetson: pode viajar evitando filas e contato para o pagamento dos estacionamentos e pedágios, ter descontos na passagem automática em algumas rodovias e até mesmo fazer uma refeição.

Desde o final de 2020, antecipando a preferência das pessoas por meios de pagamento contactless, já é possível realizar compras no drive-thru do Burger King e pagar diretamente com a tag da ConectCar instalada no carro, dispensando a necessidade do contato com o dinheiro.

EMBAIXADOR

ESTADÃO BLUE STUDIO

Autotechs: como elas podem contribuir para a mobilidade

Para ler e compartilhar no digital, acesse:

Até o fim de maio de 2021, as startups, empresas nascidas digitais que têm como objetivo principal desenvolver ou aprimorar modelos de negócio, levantaram US$ 3,2 bilhões em investimentos no Brasil. O montante representa 90% do total registrado em 2020, segundo recente relatório da Distrito Dataminer, o Inside Venture Capital Report.

Cada segmento de atuação de uma startup tem denominação específica, como o caso das famosas *fintechs* – termo que surgiu da união das palavras *financial* e *technology* –, que atuam para inovar e otimizar serviços do sistema financeiro. Dentro do setor automotivo surgiram as autotechs, empresas que desenvolvem soluções por meio de tecnologias automotivas para o avanço do setor. A aplicação delas está relacionada a diferentes segmentos como mobilidade urbana, transporte e logística, entre outros.

De acordo com o último Mapa das Autotechs, de 2020, levantamento realizado pela empresa Liga Ventures, atualmente, existem cerca de 320 startups brasileiras que estão revolucionamento esse mercado. Já o relatório MoneyTree, do quarto trimestre de 2020, da PwC e CB Insights, destaca as últimas tendências em financiamento de capital de risco em todo o mundo e mostra que, no segmento das autotechs, o volume geral de negócios caiu em 2020, em um declínio contínuo desde 2017. No entanto, o investimento cresceu, substancialmente, desde então para US$ 3,3 bilhões.

STARTUPS INOVADORAS

Essas empresas desenvolvem ferramentas, produtos e serviços que auxiliam no dia a dia de motoristas e da indústria. Estão surgindo, por exemplo, soluções que facilitam os sistemas de logística, com plataformas que oferecem agilidade no momento do registro de dados e informações e organizam os mais diversos tipos de dados relacionados à frota de veículos, fazendo com que haja uma gestão eficiente e vantajosa para as empresas.

Também estão sendo criadas startups que oferecem informações relevantes sobre o carro, como decodificadores de chassi e dados cadastrais do veículo, que auxiliam os clientes no momento de adquirir um automóvel, por exemplo. Já no caso da indústria, temos startups que desenvolvem robôs para processos produtivos, o que facilita e diminui o tempo para o desenvolvimento de um novo modelo.

É fato que o setor já vem sendo revolucionado pela união entre conectividade de redes digitais, BI, data analytics, modelagem de dados, drones, CRM, entre outros. Mas é preciso tomar cuidado, pois, algumas vezes, o que existe é somente uma roupagem, o que não resolve os entraves enfrentados nos grandes centros urbanos.

Para que isso se torne realidade, no Brasil, é necessário que ocorra uma disrupção do setor, bem como investimentos em infraestrutura, já que, mesmo com todas as evoluções, o segmento de mobilidade possui, ainda, entraves e necessidades a serem sanados. Assim, a aceleração e a transformação só ocorrerão quando, realmente, colocarmos em prática o uso da tecnologia para resolver e desenvolver importantes questões urbanas. E são justamente as autotechs que poderão nos guiar para esse futuro. Aqui, no Brasil, com o avanço de novas tecnologias, a Estapar, por meio de suas plataformas digitais, vem atuando em prol da mobilidade urbana por meio da ampliação de rotatividade das vagas públicas e privadas, reduzindo o tempo dos veículos nas vias, por possibilitar soluções de pagamento *touchless*, além de monitorar a ocupação de vagas, em tempo real, e inúmeras outras funções.

Foto: Divulgação Estapar

NO BRASIL, O SEGMENTO DE MOBILIDADE POSSUI AINDA ENTRAVES E NECESSIDADES A SEREM SANADOS.

André Iasi é CEO da Estapar

Este texto não reflete, necessariamente, a opinião do **Estadão**.

Este material é produzido pelo Estadão Blue Studio.

Procurando um carro novo para chamar de seu?

Tudo sobre o seu próximo zero você encontra no **Zerão.**

Mais de 170 automóveis do mercado: fichas técnicas, resenhas, fotos e preços de modelos de todas as marcas.

ZERÃO

REALIZAÇÃO: JornaldoCarro

jornaldocarro.estadao.com.br/guia-de-compras/carros-0km

OFERTAS EXCLUSIVAS:

Motoristas trocam o volante do carro pelo guidão das scooters

Em live, gerente de Marketing da Honda Motos revela que maioria dos compradores desse tipo de moto também tem um automóvel na garagem

A venda de motocicletas tem apresentado crescimento desde o início da pandemia. No primeiro semestre deste ano, o setor de duas rodas comercializou 517.362 unidades, alta de 47,7% em comparação com o mesmo período de 2020. Em meio ao bom momento vivido pela indústria de motos, o segmento de scooters tem se destacado.

Os números de venda desse tipo de moto urbana têm crescido a taxas maiores do que o mercado em geral. Até julho, as vendas de scooters registraram alta de 60% na comparação com o ano passado e representam quase 10% das motocicletas emplacadas em 2021.

Mas se engana quem aponta os entregadores e motoboys como o principal público consumidor das scooters. "Majoritariamente, é um consumidor que vem do automóvel", revelou o gerente de Marketing da Honda Motos no Brasil, Odair Dedicação Jr., durante live, promovida pelo portal Mobilidade do Estadão, que discutiu a expansão das scooters.

Segundo o executivo, só a Honda teve crescimento de 55% nas vendas desse tipo de moto. "O consumidor brasileiro descobriu as scooters como uma opção de mobilidade fácil e econômica", avalia Odair Dedicação Jr. Segundo o gerente de Marketing, as vendas se concentram principalmente nas grandes cidades e em locais com maior densidade demográfica. "O estado de São Paulo é o principal mercado consumidor de scooters, com cerca de 50% das vendas de todo o País", afirmou.

Com mediação do jornalista Arthur Caldeira, editor do MotoMotor, portal de motos do Estadão, a live também contou com a participação do produtor de conteúdo Rafael Cantarelli. Desde 2016, Cantarelli mantém o canal Papo de Scooter no YouTube, com dicas para quem, como ele, trocou o volante do carro pelo guidão de uma scooter.

"Em uma viagem para a Europa, onde eu vi scooters para todo lado, aluguei uma e me apaixonei. Na semana seguinte à minha volta ao Brasil, comprei uma Honda PCX. É muito prática, e eu nem imaginava como ia ganhar tempo com ela", revelou o pernambucano, que mora na capital, Recife, e levava uma hora e meia para ir ao seu escritório de carro.

"De scooter levo 25 minutos e não chego estressado no trabalho", garante. Cantarelli afirma ainda que pagou as parcelas da scooter apenas com o dinheiro economizado com a gasolina. "Minha PCX roda entre 40 e 42 km com um litro", diz ele.

Cantarelli se encantou tanto com a praticidade das scooters que decidiu criar o canal, para compartilhar as descobertas e experiências do dia a dia com quem tinha dúvidas sobre as scooters.

PILOTAGEM FÁCIL E SEGURA

A principal diferença é que todas as scooters são automáticas. "A grande maioria usa o câmbio CVT, o que facilita a migração de quem vem dos automóveis", explicou Cantarelli, de forma resumida, o que difere esse tipo de moto. Outra característica das scooters reforçada pelo produtor de conteúdo é que, nas motos, você precisa passar a perna por cima do banco e pilotar montado. Já nas scooters, o condutor vai sentado. "É mais fácil de subir", completou.

> "O consumidor brasileiro descobriu as scooters como uma opção de mobilidade fácil e econômica"

O gerente de Marketing da Honda Motos fez questão de ressaltar que muitas características dos carros também podem ser encontradas nas scooters, como pintura com cores semelhantes às utilizadas nos carros, além de detalhes do acabamento e do design. "Nossa campeã de vendas, a PCX, por exemplo, tem chaveiro de presença como os automóveis, ou seja, não é preciso colocar a chave na ignição para dar partida", explicou Dedicação Jr.

Outro item destacado pelo executivo da Honda foi o sistema Idling Stop que equipa a PCX, além de outras scooters da marca japonesa. O sistema, que funciona como o Start & Stop dos carros de luxo, desliga o motor em paradas mais longas, como no semáforo, por exemplo, para economizar ainda mais combustível e poluir menos.

Segundo Cantarelli, a principal dúvida de quem troca o carro pela scooter se refere à segurança. "A maioria tem medo de pilotar no trânsito. Foi por isso que criei o canal, para mostrar que a scooter não é perigosa; perigosa é a forma de conduzir. Quis mostrar que é possível pilotar com cautela e atenção, e sempre com os equipamentos de segurança, como capacete de qualidade, jaqueta e luvas apropriadas", ensina.

Odair, que também usa uma Honda SH 150, nos deslocamentos em São Paulo, acrescentou que o fato de já ter dirigido automóveis contribui para pilotar uma scooter de forma segura. "Quem anda de carro tem outro timing, outra visão do trânsito. Ao guidão, você sabe que o motorista pode não ter visto a moto e pilota com mais cautela", garante.

Economia de combustível é uma das vantagens desse tipo de motocicleta

Divulgação Honda Motos

MODELOS VARIADOS

Quando perguntado sobre as dicas para quem quer comprar uma scooter, Rafael Cantarelli brinca que basta escolher o modelo, que o motorista não irá se arrepender de fazer a troca. "Se for para deslocamentos dentro da cidade, modelos de entrada, como a Honda Elite 125 ou a PCX, vão lhe atender muito bem. Mas, se você precisa pegar a estrada, existem scooters mais potentes, como a SH 300 ou a X-ADV, que têm motor de 750 cc", explicou.

O crescimento na venda de scooters nos últimos anos levou fabricantes a diversificarem os modelos à venda no País. Atualmente, a fabricante conta com seis modelos no seu lineup, com motores que vão de 125 a 750 cc, para os mais variados perfis de consumidores.

> "A nossa scooter de entrada, a Elite, por exemplo, tem o preço de um smartphone"

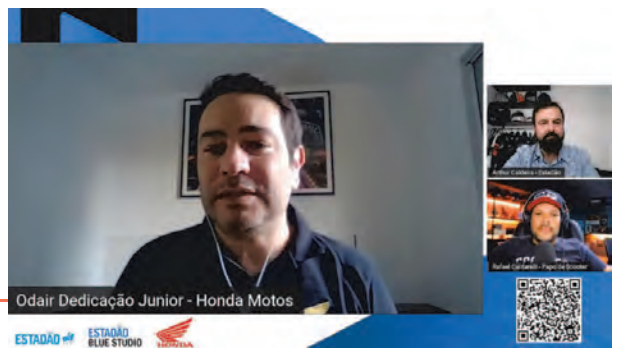
Desde o elegante SH 300, feito para quem quer até viajar com a scooter, até o modelo de entrada, a Elite 125, ideal para quem quer fugir dos ônibus lotados em tempos de pandemia. "A nossa scooter de entrada, a Elite, por exemplo, tem o preço de um smartphone", afirma o gerente de Marketing. Com preço a partir de R$ 9.650, a scooter de 125 cc custa menos do que algumas versões mais novas de smartphones.

Para o executivo, o mercado de scooters no Brasil ainda tem grande potencial. "A Honda está sempre avaliando o mercado, para oferecer o que o consumidor procura", afirmou ele quando questionado sobre as novidades da marca para o segmento.

Proprietário de duas scooters, Cantarelli fez coro. "Acredito que o segmento de scooters ainda está engatinhando no Brasil. Tem muito a crescer. Quando comprei a minha PCX, havia poucas em Recife. Agora já virou uma moto que se vê em todo lugar", comemora.

Arthur Caldeira
Jornalista

Rafael Cantarelli
Criador do canal Papo de Scooter



Odair Dedicação Jr.
Gerente de Marketing da Honda Motos

ELETROMOBILIDADE

ESTADÃO BLUE STUDIO

Por uma direção nacional de locomoção elétrica

Em 2018, a Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), dentro de seu programa de Pesquisa e Desenvolvimento e Eficiência Energética, lançou uma Chamada Estratégica para o setor elétrico desenvolver projetos focados na mobilidade elétrica, considerando novos modelos de negócio, tecnologias, serviços e estudos estratégicos.

Para tanto, foram aportados, aproximadamente, R$ 620 milhões, o maior volume de recursos já direcionado para tal atividade, no Brasil, que serão empreendidos ao longo dos próximos quatro anos.

Nessa chamada, a AES Brasil, empresa geradora de energia elétrica com base em fontes 100% renováveis, executa o projeto "Desenvolvimento de modelos de negócios na eletromobilidade: uma proposta a partir de plataformas multimodais integradas", no qual realizou, em agosto de 2021, um Roadmap Nacional para Infraestrutura e Regulação da Mobilidade Elétrica.

O objetivo foi construir uma visão de futuro e seus caminhos necessários para desenvolver a infraestrutura de recarga para veículos elétricos, nos próximos dez anos, observadas as demandas e os interesses de diferentes setores. Supriu-se, assim, uma lacuna atual de planejamento para a difusão da mobilidade elétrica e sua infraestrutura, sobretudo nas cidades, epicentros da aplicação dessas tecnologias.

> "A IDEIA É PARTIR DA PESQUISA E DESENVOLVIMENTO E ALCANÇAR UM PLANO DE AÇÃO CONCRETO: ARTICULAR AS AÇÕES PARA IMPULSIONAR A MOBILIDADE ELÉTRICA NO BRASIL."
>
> **Edgar Barassa e Julia Howat Rodrigues**

Para isso, esse trabalho contou com mais 50 *stakeholders* de múltiplas esferas (setor elétrico, empresas, ICTs, startups, consultorias e outras). Ainda, a iniciativa teve anuência da própria Aneel e contou com o apoio complementar da Plataforma Nacional de Mobilidade Elétrica (PNME).

Como resultado, construiu-se uma visão de futuro (visando o ano de 2032) baseada numa infraestrutura de recarga interoperável, inteligente, integrada e sustentável para os modais da mobilidade elétrica, com segurança e transparência legislativa, normativa e regulatória, garantindo uma cadeia de valor competitiva que oferta produtos e presta serviços inéditos ao consumidor.

PLANEJAMENTO

Para alcançar essa visão, foram identificados os fatores críticos de sucesso, que visam dirimir as barreiras mapeadas e se desdobram em ações concretas. Esses pontos são: 1) organização dos métodos de monetização e receita da recarga; 2) desenvolvimento de produtos e serviços inéditos aos consumidores; 3) suporte às tecnologias disruptivas com conectividade; 4) desenho de regulações e normas para a organização do ecossistema.

Por ser um trabalho inovador e único, no Brasil, terá impactos relevantes nas cidades inteligentes, já que irá auxiliar no planejamento e na promoção da melhor infraestrutura com conectividade para acomodar a mobilidade elétrica (ônibus, automóveis, motocicletas, por exemplo), segmento que, como um todo, tem experimentado avanço e progresso perceptíveis no Brasil, nos últimos anos.

De forma sinérgica, o *roadmap* é um guia e inspiração para melhor posicionamento no ranqueamento das cidades inteligentes, no qual o Ranking Connected Smart Cities é uma plataforma destacável. Ao perseguir as ações postuladas no *roadmap* de infraestrutura, as cidades, por seu turno, poderão alavancar seus indicadores em diferentes eixos, como Tecnologia e Inovação, Energia, Meio Ambiente e Empreendedorismo.

Todos esses achados serão publicados, em formato de livro digital, no final de 2021. Importante: o *roadmap* não será um fim nele mesmo. Haverá uma curadoria para acompanhamento das ações estabelecidas. De fato, cabe, agora, aos atores unirem esforços e implementarem as ações previstas em suas mais diversas atividades econômicas associadas. Já ficou claro que, somente juntando forças, será possível acelerar essa transformação.

Para ler e compartilhar no digital, acesse:

Em busca de uma visão de futuro para instalação de infraestrutura para eletromobilidade

Foto: Divulgação AES Brasil

Este material é produzido pelo Estadão Blue Studio.

EMBAIXADOR

A capital latino-americana da locação de automóveis

Para ler e compartilhar no digital, acesse:

Entre 19 e 21 de outubro, a cidade de São Paulo vai se transformar numa espécie de capital latino-americana do aluguel de veículos, pois sediará o principal fórum internacional do setor de locação a ser realizado no Brasil.

Ainda que no formato online, em função das medidas de segurança e distanciamento necessárias, vamos reunir empresários e dirigentes de locadoras, montadoras, bancos, fornecedores de produtos e serviços e líderes de entidades nacionais e internacionais do turismo e da indústria automotiva.

MERCADO EM AQUECIMENTO

O tema central, 'a reinvenção da liberdade de ir e vir', já está diretamente relacionado ao atual momento da mobilidade urbana, em tempos de pandemia. Passa pelo aprofundamento da discussão sobre impactos para o aluguel de carros em termos de demanda, reconfiguração e crescente cultura no uso em substituição ao desejo de posse.

Fato é que a locação de veículos vive em efervescência, no Brasil e no mundo. Temos mais pessoas em busca de soluções acessíveis e viáveis para fugir de aglomerações em modais coletivos de transporte, e o aluguel de carros se torna um catalisador de tecnologias e de inovações, envolvendo startups e novas formas de precificação e de pagamento das diárias, entre outras mudanças que batem à porta do setor.

CONHECIMENTO DE GESTÃO

Nesse sentido, no fórum internacional, está prevista uma *masterclass* específica sobre a eletrificação de frotas, com tudo o que diz respeito a carros híbridos e elétricos nas locadoras. E, por outro lado, os entraves e aspectos espinhosos, como a incidência de impostos sobre a compra de veículos, serão abordados na programação.

O chamado Custo Brasil segue provocando distorções entre os cenários daqui e do exterior. Não há espaço para quem quer entrar ao setor movido apenas por impulso. Para se manter na atividade, é preciso um alto nível de competência na gestão e um profundo conhecimento de cada um dos fatores que interferem no funcionamento de uma locadora de automóveis.

O crescimento da atividade prova que os empresários que já estão no setor se aprimoraram, ao longo dos anos, e, hoje, detêm padrões técnicos e qualitativos equivalentes aos internacionais – e isso aumenta a possibilidade de sucesso diante das dificuldades que o negócio impõe.

Temos convicção de que o próximo fórum internacional também deixará esse legado. Ingressar no setor de locação sem os cuidados e conhecimento necessários implica em grande chance de perder tempo e dinheiro. Preparo, atenção e disposição serão cada vez mais as palavras-chave desse braço da mobilidade.

Foto: Divulgação Abla

Paulo Miguel Junior é presidente do Conselho Nacional da Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis (Abla)

O ALUGUEL DE CARROS É UM CATALISADOR DE TECNOLOGIAS E DE INOVAÇÕES, ENVOLVENDO STARTUPS E NOVAS FORMAS DE PRECIFICAÇÃO E DE PAGAMENTO DAS DIÁRIAS.

Este texto não reflete, necessariamente, a opinião do **Estadão**.

Este material é produzido pelo Estadão Blue Studio.

BMW WALLBOX.
CARREGUE O SEU BMW COMO VOCÊ CARREGA O SMARTPHONE.
Carregamento rápido, direto na sua garagem.
i drive electric
No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.
IBAMA PROCONVE HOMOLOGADO

PARCERIA semexe

ESTADÃO BLUE STUDIO

5 pontos importantes sobre bikes elétricas

Ter um empurrãozinho na hora de pedalar em subidas e trechos longos seria uma boa? E, melhor ainda, se essa ajuda vier de forma econômica? Uma e-bike é um belo auxílio

Foto: Adobe Stock

Com o pedal assistido, é possível vencer distâncias maiores sem se cansar

Por José Guilherme Taveira, da Semexe

As bikes elétricas são perfeitas para se locomover em cidades. Isso é um fato. E-bikes são versáteis, rápidas, econômicas, ajudam a evitar o suor, não poluem e você pode estacioná-las com facilidade. Com a pandemia do novo coronavírus, muitas pessoas descobriram que a bicicleta pode ser uma grande aliada para se locomover em poucos minutos dentro dos centros urbanos e ainda de forma prazerosa. Bora pedalar?

1. COMO FUNCIONAM?

Elas usam um motor elétrico e uma bateria. O motor tem a intenção de facilitar o esforço humano, e não substituí-lo. Quando você pedala uma e-bike, ele começa a funcionar dando um impulso, assim você pode pedalar distâncias mais longas ou subidas sem cansar.

"Com uma bicicleta convencional, um caminho com subidas significava chegar ao trabalho suado e, depois, ter que tomar um banho, antes de começar minhas atividades. Além disso, fazia muito esforço e, por vezes, me sentia cansado logo cedo. Com a aquisição da elétrica, tudo isso mudou", diz Rodrigo Afonso, gerente de parcerias da Semexe.

O motor elétrico pode funcionar de duas maneiras: assistido ou em modo acelerador. O pedal assistido ocorre quando o ciclista pedala e recebe o auxílio do motor elétrico, impulsionando a bicicleta. O acelerador funciona parecido com uma scooter (moto), em que o ciclista aciona o motor na manopla do guidão, e não precisa pedalar. Importante: não são todas as e-bikes que possuem o modo acelerador. A bateria de uma e-bike pode ser carregada em uma tomada de 110 V ou 220 V, levando em torno de seis horas para ter sua carga completa.

Os motores mais comuns que encontramos nas e-bikes são das marcas Shimano e Bosch ou, em alguns casos, da própria fabricante do quadro. Em relação à sua potência, a maioria das bikes possui motores de 250 W a 350 W. A autonomia de uma e-bike pode variar entre 30 e 120 quilômetros, sem necessitar de recarga da bateria.

2. CUSTO/BENEFÍCIO NO USO DIÁRIO

Utilizar modelo assim para ir ao trabalho pode ser bem mais vantajoso do que o deslocamento de carro, moto ou transporte público. O principal motivo é o econômico, já que, com uma e-bike, o ciclista não tem custos com combustível, IPVA, estacionamento…

Outra razão é o motor elétrico: a ajuda desse valioso componente evita que você chegue suado a seu destino.

3. SÃO INCLUSIVAS?

Sim. As elétricas permitem às pessoas com alguma deficiência ou mobilidade reduzida ou idosos ter acesso à mobilidade ativa, locomover-se com autonomia e ainda obter todos os benefícios de realizar uma atividade física.

4. MODELOS À DISPOSIÇÃO

- **E-bikes urbanas:** com foco no deslocamento dentro das cidades, são confortáveis e atendem o público que busca uma opção de deslocamento diário, sendo uma ótima alternativa para reduzir gastos e auxiliar na manutenção da saúde.
- **E-bikes de estrada elétricas:** permitem que o atleta pedale mais rápido em pelotões e suba montanhas com maior facilidade.
- **Mountain bikes elétricas (E-MTB):** exploraram trilhas mais longas e com maior velocidade.

Para ler e compartilhar no digital, acesse:

5. PODE RODAR NA CICLOVIA?

Modelo e potência são os requisitos que enquadram um equipamento como uma bicicleta elétrica. Bikes com potência de até 350 W que não ultrapassem a velocidade de 25 km/h e que não possuam acelerador manual podem rodar em ciclovias ou ciclofaixas. Segundo a Aliança Bike, a Associação Brasileira do Setor de Bicicletas, "a Resolução 315, do Conselho Nacional de Trânsito (Contran), estabelece que, desde 2009, cicloelétricos (bikes com acelerador) e ciclomotores devem seguir as mesmas regras de trânsito. Sendo proibida sua circulação em ciclovias e ciclofaixas".

VITRINE semexe

No pedal, sem perrengue

Elétricas são inclusivas e uma excelente opção de locomoção nos centros urbanos e de prática esportiva

Fotos: Divulgação Semexe

Caloi E-Vibe Urbam
Preço: R$ 6.419,99, em até 12 x de R$ 568,56
Condição: nova
Modalidade: urbana elétrica
Ano: 2021
Tamanho do aro: 27,5
Peso: 20 kg
Potência: 350 W

Caloi E-Vibe City Tour 2021
Preço: R$ 17.990, em até 12 x de R$ 1.593,18
Condição: nova
Modalidade: urbana elétrica
Ano: 2021
Tamanho do aro: 29
Peso: 20 kg
Potência: 250 W

Wayel E-Town
Preço: R$ 6.651, em até 12 x de R$ 581,01
Condição: nova
Modalidade: urbana elétrica
Ano: 2020
Tamanho do aro: 28
Peso: 25 kg
Potência: 250 W

Italwin Prestige
Preço: R$ 7.911, em até 12 x de R$ 700,60
Condição: nova
Modalidade: urbana elétrica
Ano: 2020
Tamanho do aro: 26
Peso: 25 kg
Potência: 250 W

PARA SABER MAIS SOBRE ESTAS E OUTRAS BIKES, ACESSE O GUIA NO PORTAL MOBILIDADE:

Caloi E-Vibe Elite Full 2021
Preço: R$ 30.299, em até 12 x de R$ 2.677,94
Condição: nova
Modalidade: mountain bike elétrica
Ano: 2021
Tamanho do aro: 29
Peso: 20 kg
Potência: 250 W

EMBAIXADOR

A forma de comprar e vender veículo vai (e precisa) mudar

Para ler e compartilhar no digital, acesse:

Que o mercado de veículos vem sofrendo uma grande transformação ninguém tem dúvida. Do chão de fábrica inteligente saem carros leves e sustentáveis, elétricos, para aluguel, compartilhamento, com tecnologia embarcada, alto desempenho e conforto.

Pode parecer incrível, mas a maior percepção no curto prazo, especialmente para os consumidores, não é a inovação, e sim o descompasso entre o produto e a forma de comercialização praticada nas lojas e concessionárias.

Antes de falar mais sobre isso, vamos cortar para o e-commerce brasileiro, que vem sofrendo uma verdadeira revolução nos últimos anos. Os grandes varejistas e marketplaces têm feito um esforço muito importante para que a compra online conte com o mínimo atrito possível. Está cada vez mais fácil, rápido e seguro comprar. Os sites são pra lá de caprichados, equipes gigantes e muito capazes trabalham em torno de cada detalhe da experiência de uso.

INVESTIMENTO EM TECNOLOGIA

Em um país continental como o nosso – com todos os problemas de infraestrutura que estamos cansados de conhecer –, é cada vez mais comum pedir, hoje, com um clique, e receber o produto, amanhã. Ou, no máximo, em dois dias. Para tornar isso possível, há um movimento de investimento em tecnologia forte, sério e de longo prazo.

Enquanto isso, no mercado de veículos, para saber quanto o carro custa, como posso pagar ou se a versão que me interessou está disponível para pronta-entrega na loja mais próxima, preciso ligar ou falar com um vendedor via mensagem. Mas e à noite ou nos finais de semana? E se eu não quiser falar com um vendedor nesse momento de exploração? Aí, nada feito.

Nos últimos anos, pairou em torno do mercado de veículos, especialmente das concessionárias que vendem carros e motos zero-km, a dúvida se o brasileiro estava disposto ou não a comprar online. Mas e o test drive? E o cheirinho de novo? Comprar um carro sem ver? Dúvidas que, na prática, fazem todo sentido. São perguntas que acabaram, de alguma maneira, deixando de lado o poder de colocar a experiência do cliente no centro.

Definitivamente, ficar horas em uma loja esperando aprovação do crédito, assinar um calhamaço de papéis, ser transferido de mesa para mesa para contratar o seguro, comprar acessórios são uma experiência ruim. Pergunte o que o consumidor da geração *millennial* acha.

CONCEITO DO SEMINOVO

A boa notícia é que a revolução do e-commerce está chegando ao segmento. Há, no mercado, alguns bons exemplos importantes de projetos que se propõem a mudar o contexto. Ao mesmo tempo, é um resgate do conceito de seminovo. Explico.

Sabe todas aquelas preocupações que giram em torno da compra de um carro usado sobre condições, procedência, mecânica, garantia e, claro, aparência? São todos pontos resolvidos com base em um modelo de negócio que coloca o cliente no centro.

Por que eu preciso me preocupar com a compra se o carro tem dois anos de garantia e se tenho sete dias ou 300 quilômetros para devolver sem custo? Se foi todo reformado numa oficina especializada e tem vistoria de mais de 250 itens? Se posso acessar fotos profissionais e descrição caprichada online, 24 por 7? E se eu posso simular o financiamento de casa? Adicionar o seguro com um clique? E se a manutenção e o dia a dia estiverem todos reunidos em um app que entrega mais do que tecnologia – entrega serviço?

Você ainda tem dúvida de que essa é a melhor experiência para o consumidor?

Foto: Giovanna Rêgo

A REVOLUÇÃO DO E-COMMERCE ESTÁ CHEGANDO AO SEGMENTO. NO MERCADO, HÁ EXEMPLOS IMPORTANTES DE PROJETOS QUE SE PROPÕEM A MUDAR ESSE CONTEXTO.

Orlando Seabra é CEO e cofundador da Credere, fintech especializada na venda financiada de veículos

Este texto não reflete, necessariamente, a opinião do **Estadão**.

Este material é produzido pelo Estadão Blue Studio.

Mobilidade urbana: mais um compromisso com você e com a cidade.

O nosso propósito é viabilizar o acesso das pessoas às diferentes soluções de acordo com suas necessidades.

Conheça algumas iniciativas:

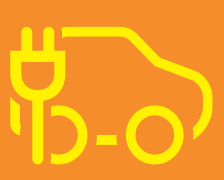
Soluções de veículos

Seguro Auto

iCarros

ConectCar

Bikes


vec Itaú

Para saber mais, acesse:
www.veiculos.itau.com.br

Itaú

STOCK CAR PRO SERIES

Num piscar de olhos

Décimos de segundo que podem separar uma vitória triunfal de uma amarga derrota

Agora, o site do **Estadão** transmite, ao vivo, todas as etapas da Stock Car Pro Series!

Foto: Victor Eleutério

Para ler e compartilhar no digital, acesse:

Por Alan Magalhães

Não há como negar, nossa Stock Car Pro Series está cada vez mais encantando o fã da velocidade, seja ele um iniciado no esporte, seja aquele que está chegando agora. Não é para menos, o brasileiro adora esportes motorizados, tanto que, mesmo sem representante na Fórmula 1, forma a audiência que mais cresce no mundo em torno da categoria. No cenário doméstico, a nossa categoria máxima é também a mais longeva e profissional. Em sua 42ª temporada, a Stock Car não para de encantar e surpreender.

E um dos fatores que mais atraem o público são as corridas sensacionais que estão sendo disputadas entre grandes nomes do automobilismo, vários deles com passagens internacionais, como Fórmula 1, Indy, e até um campeão mundial de GT, o paranaense Ricardo Zonta, que também teve passagem pela F1, onde disputou 36 provas entre 1999 e 2004, pelas equipes BAR Honda, Jordan e Toyota.

MILÉSIMOS DE SEGUNDO

O equilíbrio quase inacreditável entre os carros é sempre prenúncio de provas muito disputadas; afinal, se tem uma coisa que espanta a audiência, é uma corrida sem disputas, com os carros espaçados entre si. Mas isso está longe de acontecer na Stock Car Pro Series, em que tanto os grids de largada quanto as chegadas estão tirando o fôlego de quem assiste.

Na mais recente prova da categoria, nada menos do que 28 carros se encaixavam dentro de apenas um segundo no treino classificatório, a partir do tempo marcado pelo Chevrolet Cruze do paulista Felipe Lapenna, o mais rápido, com 1'27"398, até o 28º colocado, Tony Kanaan, que anotou 1'28"364, com seu Toyota Corolla.

Uma olhada rápida nas principais categorias de carros de turismo do mundo nos mostra que, por exemplo, a Australian V8 Supercars, que sempre teve muito equilíbrio, viu 23 carros dentro do mesmo segundo, no grid de largada, em Towsville, Queensland, um circuito de rua que favorece o equilíbrio.

O DTM alemão, que, por décadas, foi o principal campeonato de turismo do mundo, enfileirou 18 carros no mesmo segundo do pole, em Assen, Países Baixos. O profissional Super GT japonês teve seus 15 carros do grid no mesmo segundo, na etapa de Sugo. Já a Porsche Cup, que disputa vários campeonatos pelo mundo com veículos monomarca, dificilmente acomoda mais de dez carros no mesmo segundo do pole position, a não ser na série britânica, que teve 14 carros nesse intervalo de tempo no grid da etapa 11, em Silverstone.

Talvez o maior rival da Stock Car em competitividade seja o BTCC, Britânico de Turismo. Na 8ª etapa, disputada no circuito de Silverstone há duas semanas, olhem a coincidência, 28 carros estavam dentro do mesmo segundo do pole position.

CHEGADAS DE ARREPIAR

Segundo o *Guinness Book*, livro que registra recordes mundiais, a chegada mais apertada registrada em uma prova de automobilismo em toda a história foi na pista de Chicago, em uma prova Indy Lights disputada em 2007, com margem de 0,0005 segundo.

Circuitos ovais proporcionam esse tipo de diferença, ainda mais em monopostos. Em carros de turismo, a menor diferença em chegada é atribuída à Nascar norte-americana, nas etapas de Darlington, em 2003, e Talladega, em 2011 (ambas em 0,002 segundo).

Para se ter uma ideia, uma piscada de olho demora entre 0,10 e 0,15 centésimos de segundo. A chegada da segunda prova da nona etapa da Stock Car Pro Series foi decidida por 0,010, 10 milésimos de segundo; portanto, daria para essa chegada ser repetida dez vezes até que o músculo da sua pálpebra, que, por sinal, é o mais rápido do corpo, completasse uma piscada de olhos.

Forte equilíbrio entre os carros tem sido uma marca da Stock Car deste ano

Este material é produzido pelo Estadão Blue Studio.

Acelere com a gente por essa causa!

A Stock Car abriu a série de leilões de itens exclusivos e colecionáveis cuja renda será revertida em prol do Instituto Ingo Hoffmann, entidade de apoio a crianças portadoras de câncer que já beneficiou mais de 15 mil pequenos pacientes e acompanhantes.

Já foram a leilão raridades doadas pelos campeões Ingo Hoffmann, Paulo Gomes e Chico Serra. Com itens incríveis, o segundo lote já está valendo. Mais peças históricas e colecionáveis serão anunciadas em breve.

Bandeira quadriculada autografada pelos pilotos da prova Chevrolet 500.

Troféus idênticos aos conquistados pelos três primeiros colocados.

Medalha comemorativa da prova.

Garrafa da cerimônia de pódio usada pelo vencedor Ricardo Maurício (autografada).

Alinhe nesse grid e acelere pra valer!
Acesse foracause.com.br/stockcar.

Saiba mais no Instagram @stock_car, Facebook @stockcaroficial, YouTube @stockcarchannel ou site stockproseries.com.br

Transmissão ao vivo: Montadoras: Patrocínios: Media Partner: