

Hyundai encerra 2017 na vice-liderança de vendas

O ano de 2017 passa a ser um novo marco para o mercado automotivo brasileiro. Depois de quatro anos de quedas sucessivas, o crescimento de 9,36% nas vendas de automóveis e comerciais leves foi amplamente comemorado.



Para a Hyundai, os resultados foram ainda mais relevantes, pois, mesmo diante do cenário desafiador dos últimos anos, a marca manteve seu ritmo de crescimento, oferecendo uma gama de produtos nacionais e importados compatíveis com os desejos dos clientes.

No ranking das vendas no varejo, a marca Hyundai ficou com a vice-liderança no ano, com 13,04% de participação no segmento de automóveis e com 12,22% quando consideradas as vendas de automóveis e de comerciais leves. Dentre os modelos mais vendidos em 2017, o HB20 foi o segundo na preferência dos consumidores, totalizando mais de 86,8 mil unidades comercializadas no varejo.

Em seu primeiro ano de presença no mercado nacional, o Creta somou 41.627 unidades licenciadas, assegurando a vice-liderança em seu segmento. Apenas em dezembro, o modelo produzido pela Hyundai Motor Brasil, em Piracicaba (SP), foi o líder entre os SUVs compactos, pela segunda vez consecutiva, somando cerca de 5,1 mil unidades licenciadas.

Com a mais completa linha de SUVs do mercado brasileiro, a marca Hyundai ainda acumulou bons resultados com o ix35, sucesso em seu segmento, que somou 10.254 unidades emplacadas e com o Tucson, com quase 5,1 mil veículos licenciados no ano, ambos produzidos pela CAO, em Anápolis (GO).

No segmento de comerciais leves, o sucesso da marca ficou por conta do HR, também produzido em Goiás, com mais de 4 mil unidades comercializadas, conquistando a 10ª posição no ranking deste acirrado mercado.



Lançamento

O ano de 2018 já começa com o lançamento da série especial do HB20 R spec Limited. Produzida em Piracicaba, a edição será limitada a 600 unidades e se destaca pelos itens de série reforçam o espírito esportivo e a exclusividade do modelo.



Hyundai Creta é sucesso absoluto em seu primeiro ano de vendas no Brasil

Com apenas um ano no mercado brasileiro, o Hyundai Creta já garantiu por dois meses consecutivos a liderança nas vendas de utilitários esportivos compactos. Em dezembro, o veículo produzido em Piracicaba também garantiu a 10ª posição no ranking dos modelos mais vendidos no País, com quase 5,1 mil emplacamentos.

No total, mais de 41,6 mil unidades no Creta estão rodando pelas ruas brasileiras, o que garantiu ao modelo a vice-liderança em seu segmento no ano passado.

Para Angel Martinez, diretor executivo de Vendas, Marketing e Pós-Vendas da HMB, o sucesso do modelo está ligado ao fato da ampliação da gama de versões: "O crescimento expressivo de participação de mercado do Hyundai Creta, a partir do momento em que completamos nosso portfólio, com a chegada das versões Pulse Plus 1.6 e Sport 2.0 no segundo semestre, comprova que o cliente de SUV valoriza modelos que ofereçam bom nível de especificação, conforto e amplo espaço interno, tanto para passageiros como para bagagens. Isso também justifica o fato de todas as nossas vendas do Creta terem sido para consumidores finais, sem qualquer unidade destinada para locadoras ou outras empresas."

De acordo com a HMB, a versão mais vendida do Creta em 2017 foi a Prestige, a mais completa da gama, com 40,2% do total. Esta versão é equipada com motor 2.0 de 166 cv, seis airbags, controle de estabilidade, bancos de couro na cor marrom com ventilação para o motorista, ar-condicionado automático digital, saída de ar para os bancos traseiros, chave presencial "smart key" com partida do motor por botão, sistema Stop & Go de parada do motor, luzes diurnas de LED e faróis direcionais "cornering lamp", piloto automático com controles no volante, central multimídia com GPS, conectividade com celular e tela de 7 polegadas sensível ao toque, além de câmera de ré com linhas dinâmicas.



ABRAHY promove visita inédita ao Vale do Silício e à N.A.D.A

A tecnologia tem mudado profundamente muitas das relações comerciais e até emocionais do consumidor com relação à posse ou uso de um automóvel. Para entender algumas dessas questões e preparar a Rede Hyundai para as profundas transformações pelas quais o Setor da Distribuição de Veículos deve passar daqui para frente, a ABRAHY promove, em março, uma ação inédita que levará Concessionários ao Vale do Silício, na Califórnia, Estados Unidos.

A viagem também contemplará a participação na Convenção N.A.D.A – National Automobile Dealers Association, entidade que reúne mais de 18 mil concessionários de automóveis e comerciais leves dos Estados Unidos.

Durante a programação, de 16 a 25 de março, os participantes visitarão algumas startups da região, além de realizarem cursos com informações sobre inovação e tecnologia. A agenda das visitas está totalmente envolvida com a StarSe, empresa que reúne mais de 8 mil startups que estão planejando o futuro do mundo.

O período de 22 a 25 de março está reservado para a participação no N.A.D.A, em Las Vegas, Nevada, evento que contempla palestras e feira de negócios e conta com a participação de todas as marcas presentes naquele mercado.

Na avaliação de Daniel Kelemen, Presidente da ABRAHY, essa viagem será bastante produtiva e enriquecedora para os participantes: "É uma ação inédita da ABRAHY, que temos o prazer de promover. O objetivo é proporcionar conhecimento e uma experiência totalmente diferenciada. Tenho certeza de que, depois de estar nesta atmosfera de inovação e tecnologia, os participantes poderão aplicar muito desse conhecimento em seus negócios", comentou Kelemen.

O Vale do Silício começou a se desenvolver há mais de 60 anos, inserido em um cenário de pós-guerra, no qual os Estados Unidos pretendiam incentivar centros de desenvolvimento científico e tecnológico como parte das ações contra a União Soviética. Atraídas pelos incentivos fiscais, as empresas se instalaram na região, atraindo também as universidades o que propiciou o desenvolvimento de um círculo de educação, pesquisa e tecnologia de ponta. Atualmente, na região, a formação por várias cidades, estão instaladas as maiores empresas de tecnologia da informação, computação, componentes eletrônicos e redes de internet.

CAOA lança site sobre mecânica para mulheres

Depois de promover ação exclusiva para os clientes Hyundai, "Mecânica para elas – Você se comanda do seu carro", a CAO, acaba de ampliar a ação com o lançamento do site com dicas de mecânica automotiva, o www.mecanicaparaelas.com.br.

Para Rogério Gonzaga, Diretor de Pós-Venda da CAO, "o site Mecânica para Elas permitiu extrapolar, para além das salas de aula, a abrangência do curso de mecânica, democratizando conhecimentos básicos sobre mecânica automotiva e o funcionamento dos principais itens".

O curso, que deu origem ao site, teve início em março de 2017 e já contou com a participação de 140 clientes das cidades de São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Porto Alegre (RS), Curitiba (PR), Campinas (SP) e Salvador (BA).

Com layout moderno, leve e funcional, o site está dividido em seis espaços: Blog, Na Mídia, Eventos, Galeria, Regulamento e FAQ.

Ano de desafios e sucesso!

Por Daniel Kelemen,
Presidente da ABRAHY



O ano de 2017 foi de grandes conquistas para a marca Hyundai e sua Rede de Distribuição no País. A Hyundai Motor Brasil completou cinco anos de produção nacional e a gama de produtos, com os modelos nacionais e importados, está cada vez mais completa e vitoriosa no mercado brasileiro. São modelos consagrados que conquistaram a preferência e o reconhecimento do cliente brasileiro, colocando a Hyundai como uma das marcas mais desejadas e premiadas do País.

Depois de quatro anos consecutivos, o mercado automotivo nacional voltou a crescer. Segundo dados da FENABRAVE, a alta foi de 9,36% nos emplacamentos totais de automóveis e comerciais leves, e a expectativa da entidade é de novo ciclo de recuperação neste ano, na faixa dos 12% para estes segmentos.

A Hyundai respondeu, em 2017, por 13,04% das vendas totais de automóveis no varejo, ocupando, assim, a vice-liderança no ranking. Considerando, também, os comerciais leves, essa fatia vai para 12,22%, um excelente resultado para uma marca tão jovem no País.

Esses resultados refletem a qualidade dos produtos, mas também, os mais altos padrões de qualidade de atendimento oferecido ao cliente em cada uma das nossas concessionárias no Brasil. Vamos continuar, em 2018, seguindo em busca de melhores parcerias para a nossa Rede, melhorando a rentabilidade, aproveitando as oportunidades de negócios mas, principalmente, desenvolvendo mecanismos para acompanharmos as mudanças que estão por vir no Setor da Distribuição de Veículos.

Neste ano, considerando o clima das eleições no Brasil, a indefinição sobre as aprovações das reformas necessárias para o desenvolvimento da nossa economia, ainda teremos de continuar trabalhando para consolidar a recuperação das vendas em nosso setor. E mais do que isso, temos o desafio de manter a posição conquistada pela marca, buscando avançar ainda mais nesse mercado altamente competitivo, contudo, cheio de oportunidades. E teremos várias oportunidades para expor melhor nossa marca: A Copa do Mundo, na Rússia, Patrocinada pela Hyundai, e o Salão Internacional do Automóvel, a ser realizado em São Paulo, e que nos trará, certamente, boas oportunidades de conquistar, ainda mais, os consumidores de nosso País.

Que tenhamos um ótimo 2018, para a nossa marca, para o nosso povo e para o nosso Brasil!



ABRAHY Comercial: sucesso na operação de consórcios

A parceria entre a ABRAHY Comercial e Disal Consórcios já começa a gerar bons resultados. A operação conjunta, em 60 dias, já resultou em mais de 840 cotas vendidas e se mostra bastante interessante, financeiramente, aos Concessionários Hyundai. Neste curto espaço de tempo, 20 cotas já foram contempladas.

Para Ton Silveira, gestor da ABRAHY Comercial, trabalhar com a parceria é uma oportunidade ímpar para o Concessionário Hyundai rentabilizar a sua operação: "O concessionário se torna sócio do projeto ao adquirir a cota inicial e, assim, cria sua própria equipe de vendas, o que lhe permitirá formar uma carteira futura de clientes, além de ter direito aos dividendos da Disal Consórcios, como sócio da administradora", ressalta Ton Silveira.

Além disso, Silveira destaca outras vantagens como, por exemplo, a garantia de comissões imediatas e a oportunidade de fidelização do cliente, uma vez que, ao comprar uma cota de consórcio de veículo, ele se transforma em um potencial comprador da concessionária.

Vale ressaltar que a Disal Consórcio está entre as três maiores administradoras do País, conforme ranking do Banco Central, e oferece ampla infraestrutura tecnológica quanto apoio da equipe, incluindo treinamentos para auxiliar a Rede Hyundai a ampliar seus resultados na área de consórcio.

Alarico Assumpção Júnior é reeleito presidente da Fenabrave



Em 1º de janeiro de 2018, Alarico Assumpção Júnior tomou posse de seu segundo mandato à frente da FENABRAVE, para o triênio 2018-2020. Em Assembleia Geral, realizada no dia 23 de novembro, em São Paulo, os Presidentes das Associações de Marcas, filiadas à entidade, reelegeram o empresário por unanimidade. Alarico, que também é concessionário Hyundai, já desempenhou, na entidade, a função de Presidente Executivo e de Presidente no último triênio (2015-2017).

Juntamente com Alarico, tomou posse a nova Diretoria Executiva, da qual faz parte o Dr. Samir Dahas Bittar, concessionário Hyundai e ex-Diretor da ABRAHY, que também assume o cargo de Vice-Presidente da ALLADA – Associação Latinoamericana de Distribuidores de Automotores.



CANAL DO ASSOCIADO

A ABRAHY disponibiliza aos seus associados um canal exclusivo para falar com a entidade por meio de seus diretores: canaldoassociado@abrahy.com.br



ABRAHY INFORMA ONLINE

Newsletter bimestral da ABRAHY – Associação Brasileira dos Concessionários Hyundai

Presidência Daniel Kelemen
Gerência Executiva Tabela Camargo
Coordenação Isabel Camargo
Elaboração MCE Agência de Notícias
Jornalista Responsável Rita Mazzuchini (MTB 22128)
Informações e Sugestões rita@mcepress.com.br



ABRAHY
Associação Brasileira dos
Concessionários Hyundai