

Salão do Automóvel de São Paulo chega ao fim com repercussão mundial

Com grande repercussão mundial, o 27º Salão Internacional do Automóvel de São Paulo, que se encerrou no último domingo (4), superou em relevância estratégica todas as suas outras edições, em 52 anos do evento, devido ao especial momento do mercado nacional. O Salão refletiu, no Pavilhão de Exposições do Anhembi, os avanços tecnológicos alcançados pelos produtos desenvolvidos e a demanda interna aquecida.

Na esteira da conjuntura favorável, o evento ainda cedeu seus holofotes para que montadoras, que hoje colocam modelos para rodar no País através da importação, anunciassem a decisão de construir fábricas para produzir carros no território nacional, dentro dos próximos dois a três anos. Entre algumas das que anunciaram os aportes a serem realizados, durante o Salão, estão: Hyundai (US\$ 600 milhões); BMW (US\$ 264 milhões); Volkswagen (US\$ 742,8 milhões, em duas fábricas); Honda (US\$ 100 milhões); Renault (US\$ 500 milhões para ampliar em 45% a produção) e o consórcio que representa as asiáticas Ssangyong, Changan e Haima (US\$ 300 milhões).

Paulo Octávio Pereira de Almeida, vice-presidente executivo da Reed Exhibitions Alcantara Machado, organizadora e promotora do Salão do Automóvel lembra, ainda, “que nunca o evento atraiu a presença de número tão expressivo de presidentes mundiais das montadoras, vindos direto da matriz dessas empresas”. Prova, segundo ele, da particular importância do Salão e das perspectivas do Brasil no mapa do setor automotivo.

O número final de visitantes, que pode ultrapassar 800 mil, será divulgado na próxima quarta-feira (7). A receptividade do público pode ser medida pelos acessos às mídias sociais. Nesta edição, mais de 166 mil fãs curtiram a página do Salão no facebook, acesso que se situou muito acima dos recentes salões de Paris (26.760) e Frankfurt (3.275). No twitter, o número de seguidores foi de 11.461 e pelo aplicativo Instagram, registrou-se 618 apreciadores do show do automóvel. A familiaridade do visitante do Salão com o meio virtual, igualmente explica o fato de 40% dos ingressos terem sido vendidos através da Internet.

Ao percorrerem o Pavilhão, os apaixonados por carro puderam conferir, além do design mais arrojado dos modelos, alto grau de conectividade a bordo que supera as expectativas do consumidor, evolução nos itens de segurança e, sobretudo, boa amostra do esforço da indústria para se adequar ao novo regime automotivo brasileiro, o Inovar-Auto. O avanço tecnológico associado ao compromisso com a sustentabilidade repercutiu no evento, com 11 marcas exibindo carros híbridos e elétricos em seus estandes, uma tendência sinalizada nesta edição do Salão.

O programa Inovar-Auto, reforçado em seus objetivos pela presidente Dilma Rousseff, já durante a cerimônia de abertura do evento – no dia 24 de outubro, “se mostrou como importante vetor do trade automotivo que se fez presente no Salão”, assinala o vice-presidente da Reed Exhibitions Alcantara Machado. O prestígio do Salão também foi comprovado com a presença de dois ministros, do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e das Cidades, respectivamente, Fernando Pimentel e Agnaldo Ribeiro.

Motivação maior

O grande número de lançamentos mundiais estreantes no Salão, a exemplo do Taigun (Volkswagen), Onix (General Motors) e do HB20 (Hyundai), associado à paixão que o brasileiro nutre pelo automóvel explicam o interesse crescente pelo evento. Mas há outros fatores que motivam a visita. Pesquisa realizada pela organização sobre o perfil do público que comparece ao evento atesta: 55% das pessoas que percorrem os diversos estandes dos 113 expositores participantes nesta edição – planejam trocar de carro nos próximos seis meses.

O Brasil é hoje o quarto maior mercado e aspira ser também um dos maiores produtores de veículos. Dados da ANFAVEA, segundo divulgado publicamente pelo presidente da entidade, Cledorvino Bellini, durante o Salão, a produção de automóveis este ano deve atingir o volume de 3,8 milhões de veículos comercializados, incluindo caminhões, com projeção de chegar a mais de 5 milhões em 2020. Para alimentar ainda mais as perspectivas

otimistas, os investimentos do setor somam R\$ 60 bilhões.

Pesquisa e perfil do visitante

Pesquisa realizada pelo Observatório do Turismo, núcleo de estudos e pesquisas da SPTuris, no Salão deste ano revela, ainda sem o levantamento totalmente concluído, que 51,2% dos visitantes são moradores da capital paulista. No corte do inventário realizado por estado brasileiro, a conclusão é de que 71,4% do público são paulistas, seguidos por 10,8% (RJ); 7,0% (PR); 5,6% (MG); 1,4% (SC) e 1,4% (RS). Assim, dos 750 mil visitantes aguardados, 366 mil são pessoas que vieram de fora da capital paulista, ante 300 mil do Salão anterior. A amostra ainda dá conta de que a permanência na cidade daqueles que viajam de outras localidades do País é de 2,8 pernoites. O gasto médio do turista nesta edição, na aferição preliminar da pesquisa da SPTuris se situa em R\$ 1.777,00, superior aos R\$ 1.200,00 da versão 2010 do evento. Do valor desembolsado, 40,3% se destina a hospedagem e 25,3% foram direcionados a compras.

Fonte: DCI (5/11/2012)