



Nuno Cerqueira, fundador e administrador executivo da Sado Rent

“O turismo ajudou a equilibrar o negócio”

Durante boa parte da sua vida, a Sado Rent foi essencialmente uma empresa voltada para o segmento empresarial.

A partir de 2009, o aumento do fluxo turístico e o surgimento, em força, de brokers na mediação digital do negócio, fê-la enveredar pela estratégia de exportação do seu serviço

Em 22 anos da sua existência, a Sado Rent esteve sempre maioritariamente focada no segmento “corporate”, que representava cerca de 90 % da sua faturação. Mas embora continue a manter relações privilegiadas com “seguradoras, produtoras audiovisuais, oficinas e empreiteiros”, a evolução do mercado levou a empresa a uma nova aposta estratégica: diversificar as suas receitas evoluindo para um público-alvo composto por turistas, numa abordagem B2B com acesso mediado digitalmente pelos mais importantes “brokers” do mercado.

A atividade continua distribuída essencialmente pela Grande Lisboa, incluindo a margem sul do Tejo. Atua ainda nas regiões adjacentes do Ribatejo e Alentejo, embora tenha também uma presença relevante no Grande Porto.

Nuno Cerqueira, fundador e administrador executivo da Sado Rent caracteriza desta forma a atividade da locadora: “atualmente o

aluguer empresarial está um pouco acima de metade da faturação global. A nossa clientela é um misto de conquista resultante do esforço comercial e dos clientes que nos procuram. As categorias Económicos, Compactos, Minibus e Comerciais são as mais requisitadas. Mas também há uma procura com algum significado para veículos Intermédio/Superior”.

Que método habitualmente seguem para a renovação ou alargamento da frota?

Em alguns casos pode ser por lotes. A renovação natural da frota é feita ao longo do ano. Mas a recente abordagem ao mercado turístico e a sua natural sazonalidade tem influenciando as aquisições e descontinuações de veículos e, por consequência, a dimensão da frota. O seu alargamento ocorre pelo comportamento do mercado e por um planeamento que temos tentado induzir por via da dinâmica comercial.



Alguns factos

- O segmento “Corporate” representava cerca de 90 % da sua faturação
- A recente abordagem ao mercado turístico e a sua natural sazonalidade tem influenciando as aquisições e descontinuações de veículos
- A empresa utiliza um mix financeiro: o autofinanciamento é o que tem maior peso. Segue-se o leasing integrado

“Híbridos já concorrem com os Diesel. E a eficiência energética cativa clientes com preocupações ‘ecoduplas’”

Que produtos financeiros utilizam habitualmente no processo de renovação?

A empresa utiliza um mix financeiro. Desde os canais financeiros habituais até propostas da empresa vendedora passando pelo autofinanciamento. O autofinanciamento é mesmo o que tem maior peso. Depois é o leasing integrado no fornecimento das marcas. De referir, em virtude da sazonalidade do mercado de turismo, que o buy back e o rent back de curta duração são um complemento essencial para o equilíbrio da frota.

E que fatores contribuem para a decisão final?

O preço do veículo é determinante. Também o valor das rendas, assim como os custos de manutenção. Isso inclui a fiabilidade técnica do modelo e a capacidade de resposta das oficinas da marca. Mas existem outros: o histórico do fornecedor, a fiabilidade técnica da marca, o suporte comercial às nossas solicitações, a gestão de reclamações, a competitividade de propostas, rapidez de resposta ao pedido de fornecimento... Acima de tudo, a flexibilidade dos produtos apresentados, nomeadamente possibilidade de compra a firme, rent back e buy back. A combinação destas três formas, na apresentação de propostas de constituição de frota rent-a-car, é o que tem assumido maior peso no nosso processo de decisão.

Que tipo de serviços/tarifas são mais requisitados?

As tarifas mais requisitadas são os alugueres de curta duração com automóveis da categoria económicos ou compactos e ainda alugueres mensais.

No que se refere aos serviços, muitos clientes empresariais têm externalizado nas rent a car um volume grande de tarefas administrativas. Essas exigências representam custos e despesas importantes para nós. Por exemplo: algumas oficinas e seguradoras originam que trabalhe-mos no processo de aluguer ao próprio cliente: aceitação, declinação, veículo entregue, não entregue, danos, não danos, relatórios, atualizações de dados das estações, pedidos de confirmações de fatura, autorizações, pagamentos,

Composição da frota

Mais de seis centenas de viaturas repartem-se, de forma quase equitativa, entre versões a gasolina e a gasóleo. A categoria “Económicos” é a que mais marcas apresenta – VW, Peugeot, SEAT, Mitsubishi, FIAT e Skoda. Modelos específicos e com bastante procura (“dir-se-ia que fazem as delícias dos clientes”, nas palavras do mentor da SadoRent) são o Smart ForTwo, FIAT 500, Mini, Audi A1 e Nissan Juke. A idade média da frota e a quilometragem



dos veículos é variável. A atividade turística, de previsibilidade limitada sobre o uso dos veículos, fazem com que o período habitual de renovação do parque acabe por estar ligado a razões sazonais. “Sobretudo os quilómetros efetuados levam a que a renovação do parque automóvel se faça em tempos diferentes: 6, 9, 24, 36 meses... Em média a maioria dos veículos não terá mais de 24 meses”, adianta este responsável. Porque “os carros hoje são quase todos iguais, a diferenciação nos mesmos segmentos não é tanta assim e praticamente todos têm as mesmas características base”, a preocupação é para que as viaturas não sejam tecnicamente complexas (sobretudo os utilitários) e que, ao nível de exteriores, tenham as cores padrão do mercado. “Ou seja alguma uniformização é interessante”, resume. A frota da Sado Rent também possui veículos híbridos das marcas Lexus e Honda. “O baixo nível de emissões coloca a empresa no caminho da responsabilidade ambiental e em linha com as exigências legislativas da Comissão Europeia. E sem dúvida que a sua eficiência energética também cativa clientes com preocupações ‘ecoduplas’, ou seja, ecológicas e económicas. Os híbridos já concorrem com os diesel”.

ficheiros digitais, etc. Antes, praticamente só era pedido o aluguer e depois enviada a fatura. Portanto muito mais simples e com menos despesas e custos de pessoal para as rent a car. ●

Política fiscal e competitividade

“Os nossos parceiros europeus beneficiam de vantagens tributárias que, no nosso país, não existem de todo”

“O automóvel é uma enorme fonte de receitas para o Estado. Não deve haver produto sujeito a tantas taxas e impostos. Se por um lado se percebem as despesas públicas para a construção e manutenção das infraestruturas necessárias para a circulação dos veículos, por outro peca-se por exagero e facilitismo na procura de tributação. Já ao nível da atividade empresarial peca-se pela inconstância e complexidade fiscal”, lamenta Nuno Cerqueira.



“Genericamente e em termos práticos, a política fiscal automóvel obriga a Sado Rent a ajustes constantes para otimizar a estrutura da frota e oferecer uma adequada e competitiva gama automóvel.”, explica. “De mencionar ainda que, em termos competitivos, o aluguer de curta duração em Portugal não tem qualquer vantagem face aos seus parceiros europeus, os quais beneficiam de vantagens tributárias que, no nosso país, não existem de todo”, conclui o jovem fundador da Sado Rent.



Aposta no turismo

Esta decisão de gestão veio equilibrar o volume de vendas e repartir os proveitos entre o mercado nacional e o mercado estrangeiro.

O aumento da atividade turística em Portugal foi “devidamente aproveitado pela Sado Rent para compensar a redução da atividade resultante de outros segmentos de negócio”.

O êxito desta decisão de gestão, alocando capacidade de produção e investimento em novos recursos, veio equilibrar o volume de vendas (e sua gestão de risco) repartindo atualmente esses valores entre o mercado nacional e o mercado estrangeiro.

Nuno Cerqueira explica que “a Sado Rent enveredou pela estratégia de também exportar o seu serviço aproveitando a mediação digital oferecida pelo aparecimento em força de brokers no ecommerce de automóveis de aluguer”.

“A Sado Rent enveredou pela estratégia de também exportar o seu serviço aproveitando a mediação digital oferecida pelo aparecimento em força de brokers no ecommerce de automóveis de aluguer”

Sado Rent

Nuno Cerqueira
Telefone 217818290
Email geral@sadorent.pt
Internet www.sadorent.pt