

O futuro é agora

Mudanças tecnológicas e sociais impactam cada vez mais o modelo de negócio da indústria automotiva, e executivos brasileiros se mostram na vanguarda das novas tendências



Pesquisa global da KPMG apontou quais serão os principais critérios de compra, os novos serviços e as mudanças de comportamento do consumidor

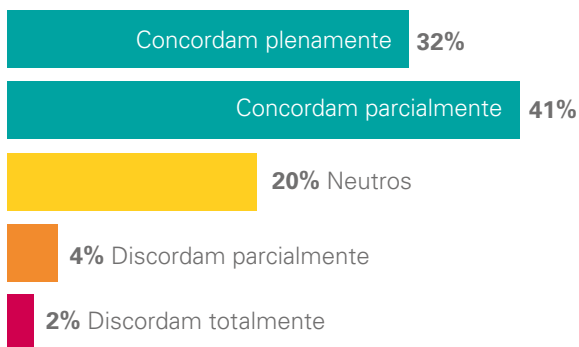
O brasileiro tem uma relação passional com seus automóveis que vai além do simples utilitarismo, muitas vezes fazendo parte de sua própria identidade. Em paralelo, a sociedade tem demandado mais qualidade de vida, assim como o maior uso da tecnologia. Todos esses fatores geram a busca por formas inovadoras de se enfrentar o trânsito das grandes metrópoles. Esses são alguns aspectos observados entre os consumidores brasileiros e do mundo na pesquisa GAES - Global Automotive Executive Survey 2017.

Em sua oitava edição, o levantamento da KPMG contou com as opiniões de 2.418 consumidores e de mil executivos da indústria automotiva em 42 países. Houve uma participação significativa dos brasileiros, que ficaram em terceiro lugar entre o número total de respondentes.

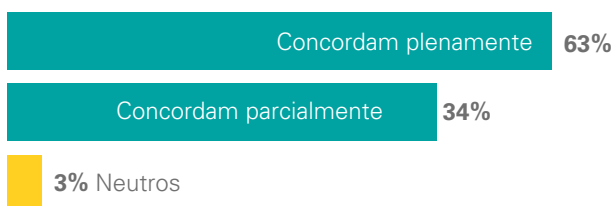
O estudo abrangeu temas como a disrupção do modelo de negócios, conectividade e digitalização, entre outros, e apontou que os principais critérios de compra do futuro serão produtos e serviços independentes dos veículos para 73% dos consumidores.

Critério de compra dos consumidores

Resultado Global



Resultado Brasil



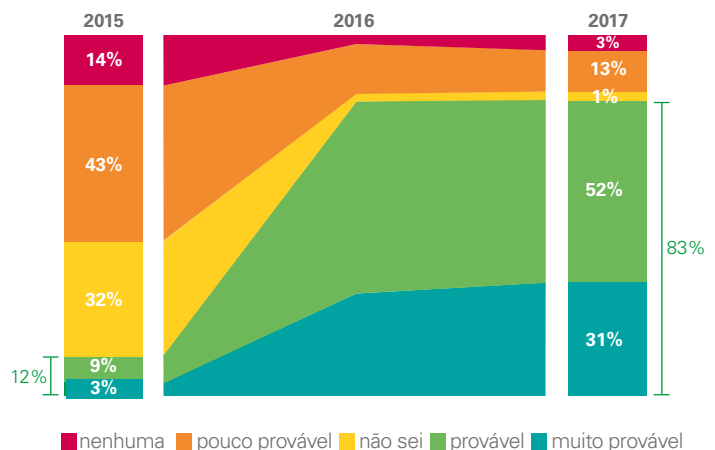
Tendências

As novas tecnologias estão impulsionando a indústria e abrindo oportunidades para o desenvolvimento de novos modelos de negócio, em que os veículos são vistos como plataformas de integração de serviços digitais. Não por acaso, a conectividade foi apontada como a segunda principal tendência este ano contra o décimo lugar na edição anterior da pesquisa.

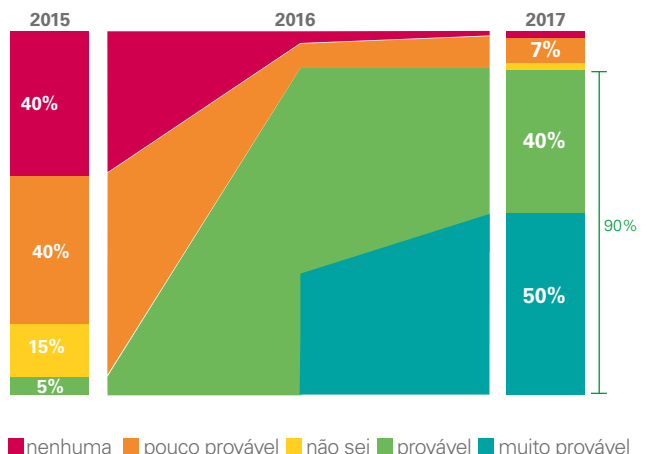
Essa mudança significa que a venda de veículos até pode permanecer como uma receita importante para a indústria, mas certamente não será a única nem a mais relevante. O relatório da KPMG deixa clara a necessidade de desenvolver serviços como valor agregado com base em uma estrutura de *Big Data & Analytics*, que permita a customização da experiência para o consumidor.

Qual a probabilidade de uma grande disrupção no modelo de negócios?

Resultado Global



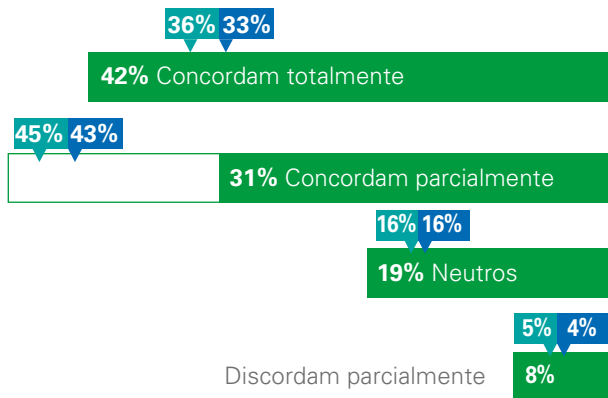
Respostas de brasileiros



Automóveis

A implementação de carros elétricos movidos a bateria pode falhar por conta de problemas de infraestrutura

- Executivos brasileiros
- Executivos em todo o mundo
- Consumidores em todo o mundo



Sustentabilidade

Os consumidores também demandam veículos mais sustentáveis. “Percebemos que um dos fatores mais importantes hoje na decisão de compra do nosso cliente é a questão das emissões de gases nocivos ao meio ambiente”, afirma Simone Caggiano, *Head* de Recursos Humanos da Audi do Brasil, que também implantou a área de *Customer Relationship Management* da companhia, onde esteve por nove anos. A fabricante alemã de carros premium investe em uma vasta gama de veículos com propulsão alternativa, tanto elétricos quanto movidos a gás e a hidrogênio, com as linhas *e-tron*, *h-tron* e *g-tron*. Os incentivos para o desenvolvimento e o consumo de veículos mais sustentáveis tendem a aumentar. Nos Estados Unidos, o governo Barack Obama usou recursos públicos para oferecer subsídio de US\$ 7,5 mil em cada carro elétrico vendido. Outros países já sinalizam medidas semelhantes. Na Alemanha, a venda de veículos movidos a combustíveis fósseis será proibida a partir de 2030. No Brasil, o primeiro passo nesse sentido foi dado em 2015, quando o governo reduziu o imposto de importação de elétricos e híbridos de 35% para alíquotas entre zero e 7%. “Em locais onde ainda existem poucos postos públicos de recarga, o investimento do consumidor em um carro elétrico é menos provável. Então o *downsizing* pode ser uma boa alternativa para esses mercados. São motores menores, movidos a gasolina, menos poluentes, mas que não perdem qualidade em termos de desempenho e potência”, explica a executiva. Nos próximos dez anos, a Audi prevê que cerca de um terço de sua frota mundial será composta por carros elétricos.

O desenvolvimento de novos veículos envolve, ainda, outros tipos de energias alternativas, como a chamada célula de combustível. Nesse sistema, o motor elétrico funciona com hidrogênio e a única emissão é vapor, por isso é considerado a opção mais alinhada ao conceito

de neutralização de gases de efeito estufa. Ainda que enfrentando problemas de infraestrutura nos países subdesenvolvidos, a pesquisa da KPMG revelou que 78% dos profissionais acreditam que essa tecnologia representa a melhor alternativa para solucionar a eletrificação do transporte viário.

Transporte: hoje x futuro



Automação e compartilhamento

A venda de veículos continuará representando uma parcela significativa do faturamento das montadoras, mas haverá também um crescimento nos lucros obtidos com o desenvolvimento de serviços de dados customizados - 76% dos executivos afirmaram que os automóveis conectados têm potencial de geração de receita dez vezes maior do que modelos não conectados.

Simone Caggiano concorda com a visão dos fabricantes brasileiros e acredita que a fonte de faturamento deve mudar nesse sentido. “A Audi vem acompanhando esse momento, transformado seu conceito de fabricante de automóveis para empresa de mobilidade urbana”, diz.

A autonomia na direção gera economia de tempo e dinheiro e aumenta a segurança nas vias. Na mesma linha, serviços de compartilhamento de veículos emergem como forte tendência. Com investimentos relativamente baixos, empresas criam aplicativos e oferecem serviços de transporte sem frota própria, algo que era impensável há alguns anos. “Um exemplo prático é o sucesso dos ‘Autolib’ na França, veículos elétricos compactos que podem ser retirados e devolvidos em pontos diferentes. O usuário elimina, dessa forma, custos com impostos, combustível, estacionamento e manutenção”, detalha Simone Caggiano. A Audi também já possui serviços premium de mobilidade em diversos países do mundo, inclusive no Brasil, em São Paulo. Lançado no ano passado, ainda em fase piloto, o Audi Share oferece aos usuários a possibilidade de compartilhar diversos modelos da marca, de um A3 Sedan ao esportivo TT. **BM**

Divulgação: Audi



Simone Caggiano, da Audi, acredita no aumento dos lucros a partir de serviços de dados customizados

Segurança da informação

A geração de valor e monetização de dados detectados pelos veículos conectados é uma tendência na indústria, porém o fornecimento de dados pessoais é um tema que pouco agrada a alguns consumidores. A pesquisa da KPMG revelou que 48% dos consumidores querem ser os donos de suas informações e não desejam cedê-las para a outra parte envolvida, como a fabricante do veículo ou a desenvolvedora do *software*. Entre eles, os brasileiros são ainda mais desconfiados e 61% querem ter domínio sobre seus dados. “Toda nossa base de dados é criptografada, essa é uma questão muito respeitada por nós. A Audi não compartilha informações confidenciais com outras empresas sem autorização dos clientes”, reconhece Simone Caggiano, da Audi.



Para conferir a pesquisa, acesse:
<https://goo.gl/xHdU8p>



Solução tributária



Shutterstock/lumen-digital

A indústria brasileira automotiva vem enfrentando um cenário desafiador nos últimos anos, reflexo da forte retração da economia doméstica. Fatores como redução do consumo interno, alta taxa de juros, diminuição do crédito e desemprego têm afetado o poder de compra do consumidor.

Se, por um lado, as vendas de automóveis vêm apresentando queda – entre 2015 e 2016 caíram 20,2%, segundo a Anfavea (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores) – por outro, nas exportações, o cenário foi de alta: 520,3 mil unidades foram negociadas em 2016, o que representa 24,7% a mais que em 2015.

A economia global vem crescendo de forma moderada e progressiva nos últimos anos, razão pela qual alcançar mercados internacionais tornou-se estratégico no planejamento da indústria automotiva brasileira. Segundo Vilma Andrade, Sócia de TAX da KPMG no Brasil, a competição no mercado global traz outras dificuldades para as empresas, como, por exemplo, a infraestrutura precária, a complexidade aduaneira e a alta carga tributária brasileira. Na ótica tributária, porém, o recém-lançado RECOF-SPED tem se mostrado uma solução viável e eficiente. “A simplificação dos procedimentos e a redução do custo de implementação e manutenção desta nova modalidade vem sendo visto por alguns setores, entre eles o automotivo, como uma grande oportunidade para alavancar as exportações”, afirma.

O RECOF - Regime Aduaneiro Especial de Entrepasto Industrial sob Controle Informatizado - é uma modalidade de entreposto industrial que permite à empresa beneficiária importar ou adquirir, com suspensão do pagamento de tributos, insumos a ser aplicados na industrialização de produtos destinados à exportação ou ao mercado interno. Vigente há vários anos, ressurgiu agora com o Plano Nacional de Exportações 2015-2018 e amplia substancialmente o rol de empresas que podem se beneficiar do regime. “O RECOF apresenta vantagens como otimização da performance financeira através da desoneração tributária e de ganhos de fluxo de caixa, redução de custos logísticos, flexibilidade, segurança e simplicidade”, conclui.