

A maioria (72%) dos executivos automotivos do Brasil está confiante no crescimento mais rentável do setor nos próximos cinco anos. Apesar desse otimismo, eles estão cautelosos sobre os resultados no curto prazo, com 72% também preocupados com a inflação e como as altas taxas de juros afetarão negativamente os negócios em 2023. Outro dado é que há menor expectativa sobre as vendas de veículos elétricos e elevada preocupação com o fornecimento de commodities e componentes. Essas são algumas das conclusões da “23ª Pesquisa Anual Global de Executivos do Setor Automotivo” (GAES 2022), conduzida pela KPMG com 915 respondentes dos setores automotivo e adjacentes, sendo 32 do Brasil. Na amostra global da pesquisa, 83% deles confiam no crescimento setorial mais rentável nos próximos cinco anos, índice bem acima dos 53% no ano anterior, mas 76% estão preocupados com os negócios em 2023.

De acordo com a pesquisa, as expectativas nas vendas mundiais de veículos elétricos até 2030 agora são mais realistas. No Brasil, os respondentes esperam que a participação de mercado dos veículos elétricos atinja 30% das vendas até 2030, contra 40% da média global, amostra que previa 70% no ano passado. Contudo, há mais confiança de que os veículos elétricos alcançarão a paridade de custos com veículos com motores à combustão sem a ajuda do governo, com 82% dos respondentes da amostra global e 100% dos brasileiros acreditando que, nos próximos 10 anos, os carros elétricos serão amplamente adotados sem subsídios governamentais.

"Os executivos do setor automotivo estão muito otimistas com o futuro, mas, ao mesmo tempo, essa confiança está sendo constantemente desafiada. As montadoras empenharam mais de meio trilhão de dólares no desenvolvimento de novos veículos construídos em fábricas avançadas. Para atingirem o sucesso, elas estão executando distintas estratégias. Algumas conseguirão se destacar no mercado, mas outras podem ter problemas operacionais e financeiros", afirma Flavia Spadafora, sócia-diretora líder do setor automotivo da KPMG no Brasil.

Sobre as cadeias de suprimentos, elas continuam vulneráveis, na visão dos respondentes. Eles seguem bastante preocupados com o fornecimento de commodities e componentes, especialmente semicondutores, e materiais cruciais para a eficiência do combustível e a duração das baterias. As montadoras estão respondendo à essa vulnerabilidade diminuindo a dependência de somente um ou dois países. Já o mercado de seguros de automóveis é visto como uma oportunidade de crescimento para as montadoras. Nove em cada dez respondentes (90%) dizem que as startups terão um efeito significativo sobre a indústria automobilística. Mais de um em cada cinco disseram ser extremamente provável que eles vendam partes não estratégicas do negócio. A produção contratual será ainda mais estratégica no futuro.

Com a série de novos modelos, participantes e tecnologias, os executivos acreditam que as decisões de compra dos consumidores nos próximos cinco anos estarão atreladas ao desempenho e à imagem da marca. A privacidade e a segurança dos dados também são fatores-chave nas decisões de compra. Espera-se que os clientes de carros comprem cada vez mais online e estejam dispostos a pagar taxas mensais de assinatura por serviços de software.

“O setor automotivo está atravessando um momento único de oportunidades e desafios. Há grandes transformações relacionadas a motopropulsores, modelos de negócios, processos de fabricação, novas tecnologias e análise de dados. Na próxima década veremos a inovação atingir uma escala mais global. Mas os desafios só serão superados quando o setor estiver preparado para estabelecer alianças estratégicas, agilizar algumas decisões e melhorar a experiência do consumidor”, complementa Flavia Spadafora.

Conduzida pela KPMG, a “23ª Pesquisa Anual Global de Executivos do Setor Automotivo” (Global Automotive Executive Survey, em inglês) teve a participação de 915 respondentes dos setores automotivo e adjacentes em outubro de 2022. Ao todo, 207 CEOs responderam à pesquisa, juntamente com 209 diretores, 293 líderes de unidades de negócios e 205 gerentes. Entre eles, 15% trabalham para fabricantes de automóveis, 15% para fornecedores de nível 1, 16% são empresas de tecnologia da informação e da comunicação. Aproximadamente um terço (351) deles

trabalham em empresas com receitas anuais de mais de US\$ 1 bilhão. Os dois países com o maior número de respostas são Estados Unidos (28%) e China (17%). A Europa participou com 29% dos respondentes.

Fonte: Viveiros, em 07.02.2023