



PESQUISA SAE MOBILIDADE

Executivos e
Consumidores

2021

PESQUISA MOBILIDADE 2021



Apresentação	4
Sobre o estudo	8
Aspectos estratégicos	12
Modelo de negócios	24
Experiência de compra dos consumidores	32
Receptividade à inovação	46
Veículos elétricos	54
O valor das informações	64

EXPEDIENTE

Coordenação geral SAE, KPMG e AutoData
 Jonathan Marxen, Ricardo Bacellar e Leandro Alves
 Conselho editorial SAE, KPMG e AutoData
 Camilo Adas, Ronaldo Bianchini, Ricardo Bacellar e Márcio Stéfani
 Redação e edição - AutoData
 Marcos Rozen
 Mentorias SAE que participaram da pesquisa
 Everton Silva - Energia/Combustão, Gustavo Gioria – Elétrico, Heitor Bucker - Transformação Digital, Jonathan Marxen - Sistemas Autônomos, Monica Panik – Hidrogênio, Thiago Negretti - Transformação Digital
 Projeto gráfico/arte - AutoData
 Romeu Bassi Neto
 Comercial e publicidade - AutoData
 André Martins, Luiz Giadas e Luiz Martins



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
 Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itaú.com.br.

Itaú Veículos
 O nosso negócio é viabilizar o seu.



**Mobilidade autônoma, conectada,
elétrica e personalizada.**

**Bosch: a parceira ideal, para o
presente e futuro da mobilidade.**



BOSCH

Tecnologia para a vida

Apresentação



uando KPMG e AUTODATA decidiram abraçar o desafio de desenvolver a maior e mais abrangente pesquisa automotiva nacional, em 2019, aprofundando o olhar para as análises das opiniões de consumidores e executivos sobre os temas mais relevantes da época, jamais poderiam imaginar o tamanho da tsunami que sacudiu o ecossistema de mobilidade, subvertendo prioridades, acelerando mudanças, emergindo pautas e submergindo outras, enfim, reescrevendo um cenário com base em premissas sobre as quais muitas vezes ainda nos sentimos inseguros de apostar.

Nem precisávamos da pandemia para viver um biênio seguinte repleto de fortes emoções, afinal já discutíamos a dimensão dos impactos das bicicletas e patinetes na mobilidade, o potencial das ofertas de car sharing e ride sharing, o conceito de customer experience, a força crescente das vendas diretas, o equilíbrio da relação montadoras-locadoras-concessionárias, e a possibilidade de revisão da Lei Ferrari, sem falar que a Lei Geral de Proteção de Dados, LGPD, já se encontrava em nosso radar.

Mas a Covid-19 chegou como aquele estraga prazeres que derruba todas as peças do tabuleiro de xadrez no meio do jogo, trazendo com ela o “abril negro” com fechamento de mais de 95% das plantas industriais, o isolamento social esvaziando as concessionárias, o consumidor rejeitando alternativas de mobilidade compartilhada [onde foram parar aquela quantidade imensa de bicicletas e patinetes?!] para - pasmem! - voltar a priorizar a compra de um carro próprio, o boom da venda de veículos usados e seminovos, as crises de insumos [borracha, plástico, aço, etc], culminando com a atual falta de semicondutores.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

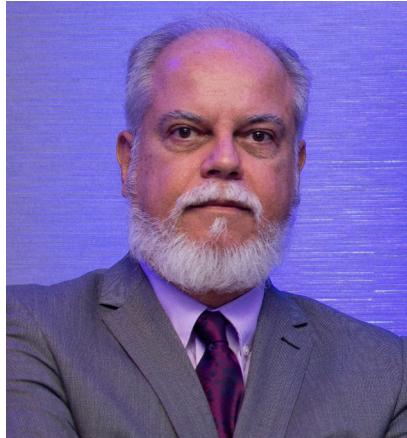
Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Apresentação



Camilo Adas – SAE



Ricardo Bacellar – KPMG



Márcio Stéfani – AutoData

Univille/SAE BRASIL
Joyce Cury
Rafael Cisato

Diante de tantas e tão impactantes mudanças, não restava dúvida sobre a necessidade de conduzir uma nova rodada da pesquisa para refazer a análise profunda e abrangente a respeito do atual cenário de mobilidade nacional com base na percepção de executivos e consumidores espalhados pelos quatro cantos do nosso País.

E para fazer jus a tamanha responsabilidade nada mais natural do que reforçar o time!

Nasceu aí a parceria SAE BRASIL – KPMG – AUTODATA para desenvolver a Pesquisa SAE Brasil de Mobilidade 2021, com o compromisso de renovar a cada ano a missão de entregar um conteúdo opinativo e qualificado sobre os principais temas da mobilidade nacional para a indústria e a comunidade em geral.

Boa leitura!

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.







Nosso compromisso com a sustentabilidade duplamente certificado pela ASI, nos padrões de Performance e de Cadeia de Custódia, em todas as etapas produtivas, desde a mineração e fabricação de produtos fundidos até a extrusão e laminação.

Criamos e levamos alumínio até você.

E ele te leva aonde você quiser.

O mercado automobilístico evolui a cada ano, e para acompanhar essas mudanças estamos também em constante evolução. Desenvolvemos soluções de co-design e co-engenharia em diversos sistemas, como por exemplo: crash management para a indústria automobilística.

Essa parceria torna os seus processos mais eficientes, os veículos mais leves e o seu caminho mais seguro e econômico. E a satisfação de levar tudo isso ao seu dia a dia é o principal combustível para continuarmos inovando sempre.

www.cba.com.br

PESQUISA MOBILIDADE 2021



Caracterização dos entrevistados

Dos participantes

Os dados, considerações e observações contidos neste estudo foram obtidos a partir da análise das respostas a 48 questões elaboradas pelos organizadores da pesquisa, divididas em cinco macro temas e respondidas por 942 participantes, por meio de questionário eletrônico, de 31 de maio a 25 de junho de 2021.

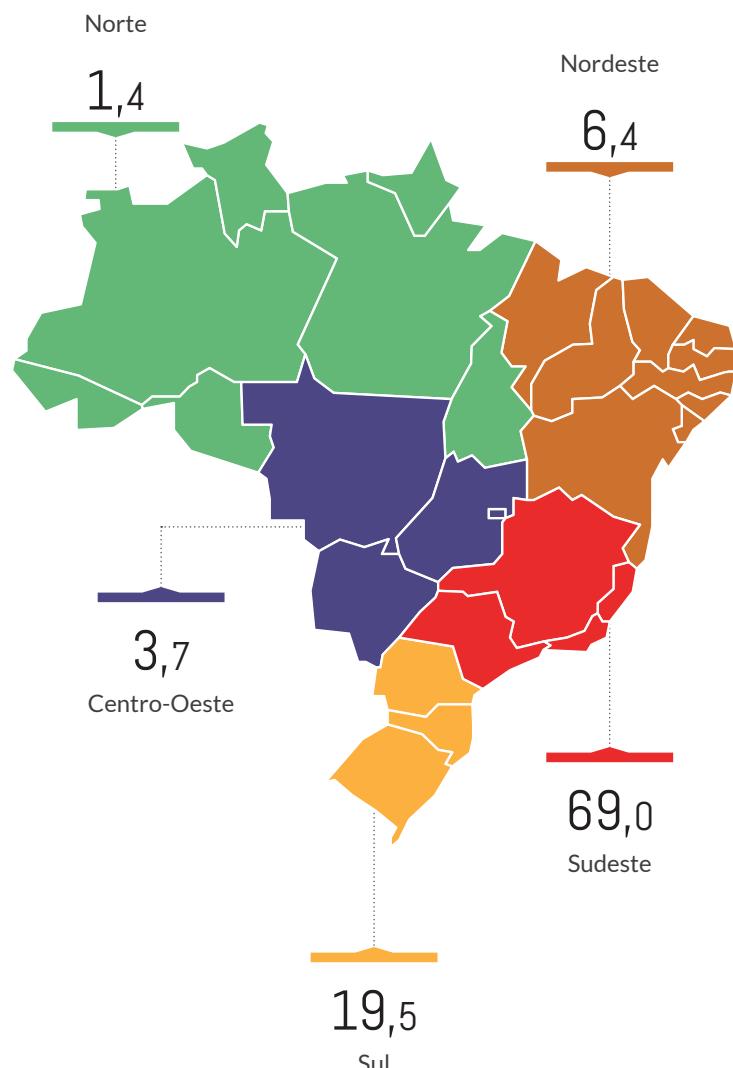
Esta é a segunda edição do estudo, sendo que a primeira foi realizada por KPMG e AutoData em 2019. Este ano a SAE trouxe a diversidade dos quadros da entidade para liderar os esforços dessa importante iniciativa.

Assim como há dois anos, os participantes foram divididos em dois subgrupos: aqueles que atuam diretamente na indústria automotiva e os que são consumidores de veículos. Dadas as especificidades de cada macro tema algumas questões foram endereçadas exclusivamente para executivos, outras apenas para consumidores e algumas delas para ambos.

Todas as regiões do País participaram da pesquisa, sendo a maioria da região Sudeste. As faixas etárias foram bem distribuídas e em termos de nível educacional a maior parte é pós-graduado. A maior parcela das pessoas que responderam à pesquisa é de consumidores, seguida por executivos da indústria e membros da academia, como professores e estudantes.

Consumidores
Executivos

Em qual região do Brasil você está localizado? (%)



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Caracterização dos entrevistados



Qual a sua idade? (%)

- █ Menor de 18 anos
- █ 18 a 24 anos
- █ 25 a 30 anos
- █ 31 a 40 anos
- █ 41 a 50 anos
- █ 51 a 65 anos
- █ Mais de 65 anos



Qual o nível educacional mais alto que você completou? (%)

Doutorado	6,5
Mestrado	15,4
Pós-graduação	40,9
Universitário	26,2
Ensino médio ou menos	11,0



Qual o seu principal papel na indústria automotiva? (%)

Executivo da indústria	24,0
Funcionário da indústria	14,5
Consumidor	37,0
Academia (estudante, professor, ...)	23,5
Poder Público	1,0

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Caracterização dos entrevistados

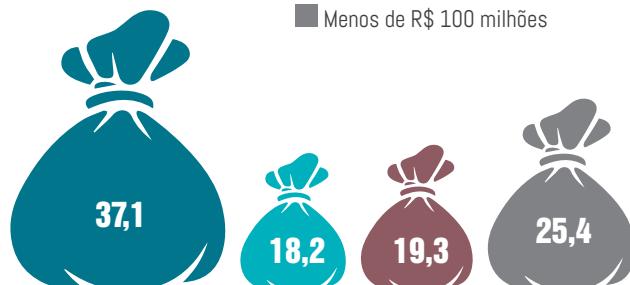


No grupo dos executivos a maior parte dos entrevistados ocupa postos de comando, como presidente/CEO e diretoria, e atua em montadoras. Em suas empresas o principal perfil de faturamento é maior do que R\$ 1 bilhão no ano passado.

Qual opções melhor descreve o seu cargo? (%)

9,4	Presidente/Vice Presidente
28,7	Diretor Executivo/ Diretor de unidade de negócios
28,5	Gerente de unidade de negócios
33,4	Outro

Qual a faixa de receita anual da sua empresa no Brasil em 2020? (%)



Qual opção melhor descreve a atuação de sua empresa no Brasil?

Montadora	28,7	100%
Sistemista	17,7	
Concessionária	13,5	
Fornecedor de Tier 2 / 3 / 4	11,0	
Serviços de Consultoria	7,5	
Empresa de tecnologia/telecomunicações	3,6	
Provedor de soluções de mobilidade	3,3	
Empresa de locação de veículos	2,5	
Startup de tecnologia	2,2	
Outros	7,2	

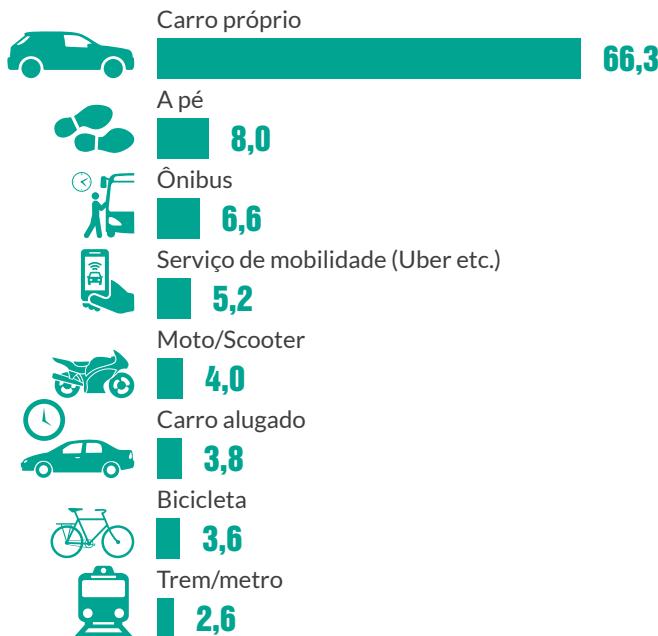
Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Caracterização dos entrevistados

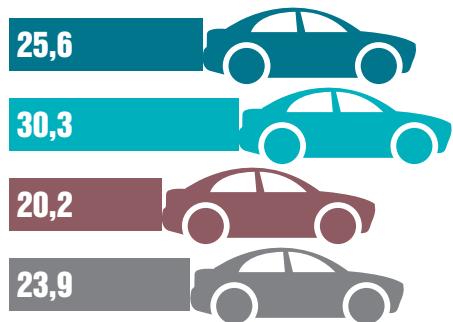


Já no grupo dos consumidores a distância de deslocamento diário é bem distribuída, sendo que a maioria tem um carro próprio, que é utilizado para percorrê-la. No que se refere à faixa de renda, a média é a maior fatia.

Com que transporte você percorre os quilômetros mencionados (cite o mais frequente)? (%)

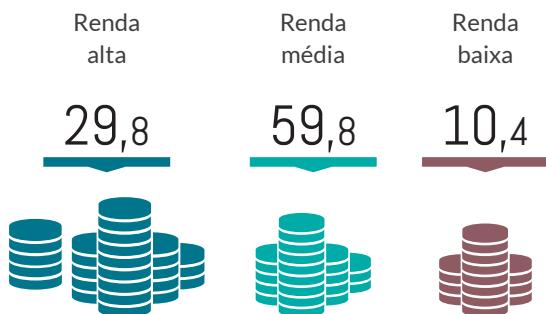


Quantos quilômetros você se desloca por dia? (%)

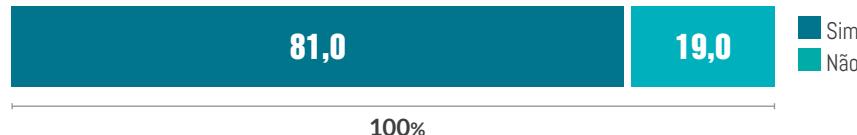


█ Menos de 5 quilômetros
█ 5 a 15 quilômetros
█ 16 a 25 quilômetros
█ Mais de 25 quilômetros

Em comparação com pessoas do seu entorno, como você descreveria sua renda? (%)



Você possui um veículo atualmente?



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos! Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Aspectos estratégicos

Prioridades de investimento

Essa parte do estudo foi respondida apenas pelos profissionais ligados à indústria automobilística brasileira. Tecnologias para redução de custo e de transformação digital despontaram como critérios extremamente importantes para definir a destinação de investimentos. Além disso a adequação ao Rota 2030 e o aperfeiçoamento da eficiência energética dos motores a combustão também estão na lista de prioridades consideradas muito importantes. Revela-se assim movimentos mandatórios para a indústria, por força de regulamento da política setorial automotiva brasileira. Veículos elétricos e tecnologia da gestão/integração com fornecedores igualmente se destacaram.

Em comparação à pesquisa de 2019 tecnologia de redução de custos cresceu de 59,8% para 63,5% no que diz respeito à extrema importância, algo que se relaciona de perto com o momento atual da indústria: dado o cenário de pandemia, a eficiência operacional ganhou significado preponderante.

Quanto à transformação digital a extrema importância foi mais votada no segmento de concessionárias, igualmente reflexo da pandemia de Covid-19: houve necessidade deste segmento inovar, apostar no uso do canal on-line para conquistar clientes – não só na etapa de venda em si, mas também nas de pré e pós-venda, em nome da própria sobrevivência, vez que em diversas oportunidades as lojas foram obrigadas a permanecer fisicamente fechadas.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos! Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

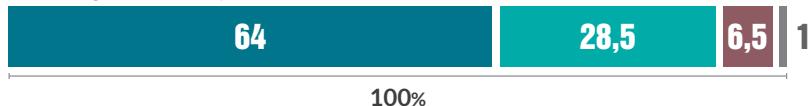
Aspectos estratégicos



Como você classifica a importância das seguintes alternativas de investimento da indústria automotiva brasileira?

- Extremamente importante
- Muito importante
- Neutro
- Pouco importante
- Sem importância

Tecnologias de redução de custos



100%

Tecnologias de transformação digital



Aperfeiçoamento da eficiência energética de motores a combustão



Tecnologia na gestão/integração de fornecedores



Adequação ao Rota 2030



Tecnologia para vendas online



Parcerias com start-ups



Veículos elétricos



Serviços de mobilidade próprios



Serviços de gestão de frotas



Serviços de assinatura de veículos



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Aspectos estratégicos

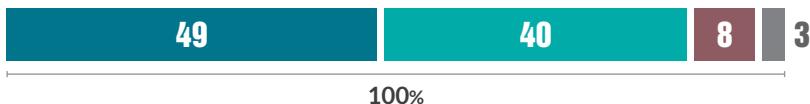
Crescer em conjunto

Repetindo cenário registrado em 2019 a cooperação com indústrias convergentes foi apontada como a melhor estratégia para obtenção de sucesso das empresas, seguida por parcerias/alianças estratégicas. O item fusões e aquisições manteve-se em níveis pouco alterados e fora do top-3, o que pode ser interpretado como um indicativo de que as empresas consideram que sua atual condição é suficiente para enfrentar com suas próprias forças os desafios de mercado, sem a necessidade de se aliar a outras.



Como você classifica a importância das seguintes estratégias para o sucesso da sua empresa no Brasil?

Parcerias/alianças estratégicas em projetos conjuntos com parceiros industriais ou concorrentes tradicionais



Cooperação com indústrias convergentes (Montadoras, entidades públicas, empresas de tecnologia/elecomunicações)



Fusões e aquisições



Crescimento orgânico



Terceirização de atividades não essenciais para fornecedores/contratados



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Aspectos estratégicos

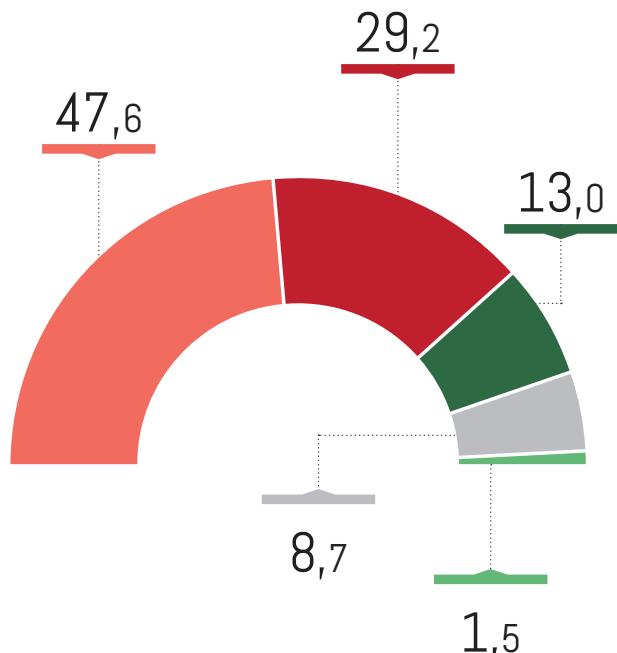
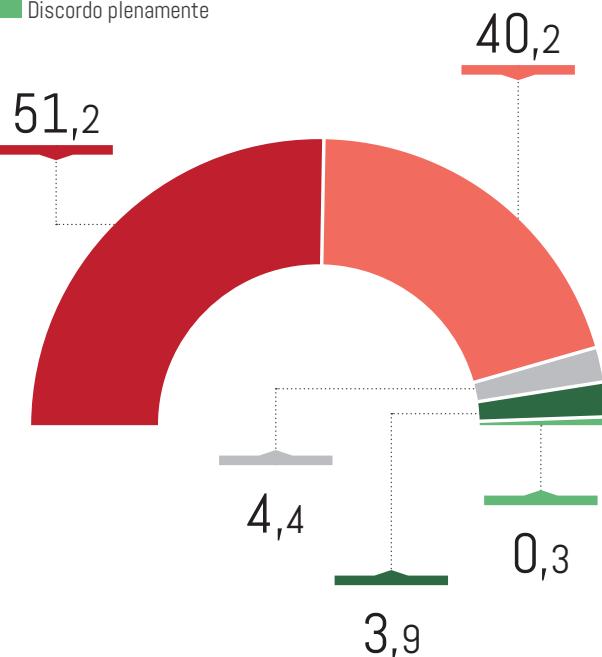


O atual modelo de negócios da indústria automotiva, baseado puramente em produzir e vender veículos, vai mudar radicalmente no Brasil nos próximos 10 anos. (%)



As montadoras passarão a gerar mais receita a partir da prestação de serviços do que da venda de veículos no Brasil nos próximos 10 anos. (%)

- Concordo plenamente
- Concordo parcialmente
- Indeciso
- Discordo parcialmente
- Discordo plenamente



“

O fato de a grande maioria dos profissionais novamente concordarem que há uma mudança radical no modelo de negócios à frente, repetindo o que vimos na pesquisa de 2019, demonstra a maturidade desta visão no setor automotivo nacional.

Ricardo Bacellar

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Aspectos estratégicos

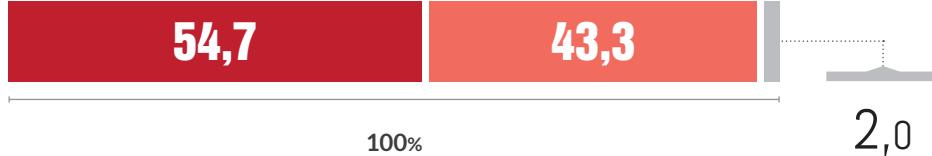
Consciência plena

A gigantesca maioria dos profissionais do setor automotivo concorda que o atual modelo de negócios vai mudar radicalmente no Brasil nos próximos dez anos, e o caminho indicado é o do aumento da receita com serviços em detrimento da venda pura e simples de veículos – o que desembocará também em outra forma de análise de resultados ante a atual, que avalia tão somente o ranking de licenciamentos por fabricante.



Avaliar a participação no mercado simplesmente com base em vendas unitárias é um método que será revisto nos próximos anos no Brasil, passando a englobar outros indicadores que melhor representem os serviços que serão ofertados pelas montadoras.

- █ Concordo plenamente
- █ Concordo parcialmente
- █ Indeciso
- █ Discordo parcialmente
- █ Discordo plenamente



“ O fato de observarmos diversas montadoras passando a oferecer veículos por assinatura – prática inexistente em 2019 mas apontada como desejada por 80% dos consumidores entrevistados na pesquisa daquele ano –, demonstra claramente o desejo da indústria em diversificar suas receitas. ”

Ricardo Bacellar

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos! Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Aspectos estratégicos



Quais as principais medidas que o governo deveria adotar em 2021 para garantir a retomada da atividade do setor? (escolha até 3)

Do portão para dentro e do portão para fora

A pandemia mais uma vez se faz presente: avançar a imunização foi considerada, de forma disparada, a principal medida a ser tomada pelo governo para garantir a retomada dos negócios. Isolando-se esta resposta, naturalmente relacionada a uma questão temporária, a agenda estrutural se faz presente, com preferência para redução de encargos e carga tributária, além de incentivos para P&D e exportações. A possibilidade de gerar barreiras protecionistas não obteve apoio, o que mostra que as empresas brasileiras se sentem prontas para atuar no jogo global.

Acelerar processo de imunização (vacinação) da população

83,1

100%

Redução de encargos trabalhistas

43,6

Redução da carga / flexibilização no pagamento de tributos

43,1

Incentivo à Pesquisa & Desenvolvimento

32,3

Incentivos à exportação e acordo de livre comércio

27,9

Linhas de crédito e incentivo à inovação e aumento da produção

24,3

Aumento de linhas de financiamento de capital de giro

20,4

Possibilidade de maior flexibilização da jornada de trabalho

10,5

Indução de demanda (ex: financiamento subsidiado para aquisição de veículos)

5,0

Barreiras protecionistas / elevação de impostos de importação

3,3

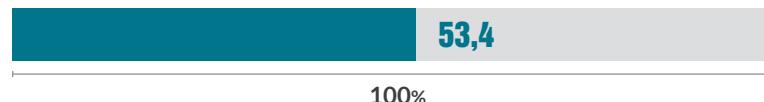
Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos! Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Aspectos estratégicos



Quais medidas a sua empresa ainda poderá adotar em 2021 em resposta à crise? (selecione todas que se aplicam)

Programa da corte de custos



Não adotaremos medidas drásticas de resposta



Revisão e renovação do portfolio



Ajuste dos canais de distribuição



Demissões



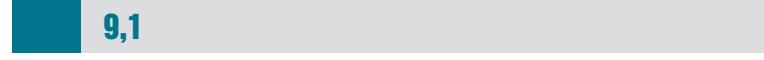
Descontinuidade de operações/ linhas de negócio



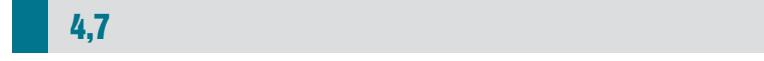
Venda de ativos



Interrupção de projetos de inovação



Ruptura de contratos com fornecedores



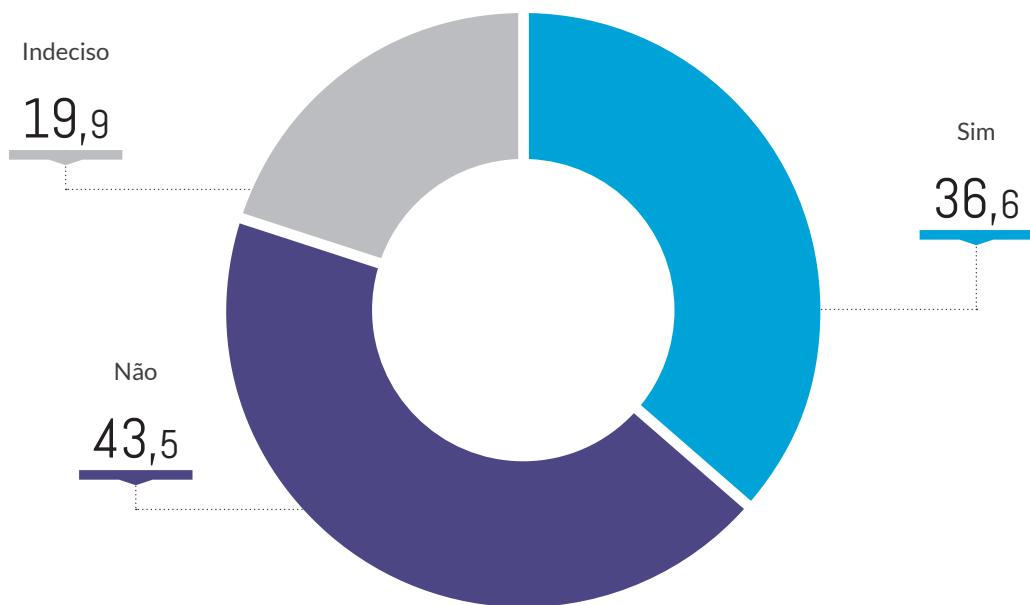
Confirmando o quadro apontado no gráfico da página 3 a redução de custos foi elencada como principal resposta dentro das empresas à crise. A opção por não adotar nenhum tipo de medida drástica, segunda opção preferida, indica que que o pior já passou e que as empresas estão bem ajustadas ao atual cenário.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos! Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Aspectos estratégicos



Sua empresa tem uma estratégia de investimento e um modelo de organização claro sobre como trabalhar com centros de pesquisa das universidades no Brasil? (%)



Oportunidade clara

A maioria das empresas não tem uma estratégia de atuação em parceria com centros de pesquisa de universidades, o que pode representar uma boa oportunidade de um novo olhar para suas áreas de P&D.



O desenvolvimento da indústria automotiva nacional e consequentemente do mercado brasileiro só acontecerá, de fato, se a criatividade e experiência dos nossos profissionais forem aplicadas na geração de valor a nível global. A criação e a disseminação do conhecimento para a realização de projetos estruturantes é o propósito da SAE BRASIL e da SAE4Mobility.

Camilo Adas



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos! Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Aspectos estratégicos



Quais tecnologias de transformação digital são prioritárias para sua empresa nos próximos anos?

A força 4.0

Assim como em 2019 a Indústria 4.0 lidera quando falamos de prioridades no caminho da transformação digital nos próximos anos.

Customer Experience também tem espaço relevante, enquanto Inteligência artificial e Cyber Security ganharam espaço competindo diretamente com Big Data e Analytics.

Indústria 4.0

65,7

100%

Customer Experience

62,0

Inteligência Artificial

50,1

Big data

42,8

Analytics

39,7

Cyber security

32,9

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos! Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.

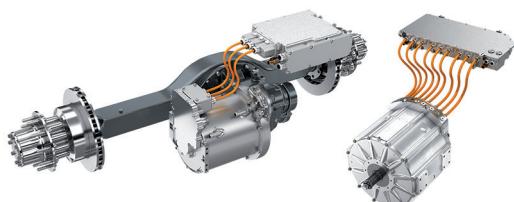




**LIGADOS
NO MOVIMENTO**

frag.

Eletrificação. Agora.



Há mais de 20 anos a Dana iniciou a jornada de eletrificação de veículos para encontrar uma maneira melhor de mover o mundo. Hoje, a liderança global no fornecimento de sistemas de transmissão e de propulsão possibilita que a Dana seja a única indústria com capacidade de produzir e fornecer sistemas de e-Drive completos e totalmente integrados em qualquer lugar do mundo. Até aqui são mais de 500 patentes em eletrificação com soluções conectadas ao ecossistema da mobilidade, da sustentabilidade e do futuro dos veículos eletrificados. Vem mover o mundo com a gente, agora.

@canaldana

dana.com.br

 /canaldana



Aspectos estratégicos



LUIZ CARLOS MORAES,
Presidente da Anfavea

Em termos de estratégias de curto prazo, a pesquisa SAE/KPMG/AutoData consegue identificar com clareza alguns novos mantras das indústrias do nosso setor, como o foco dos investimentos na transformação digital a serviço da produtividade e da melhoria da experiência dos clientes. Também aparece com força a necessidade de parcerias estratégicas, alianças e fusões, para bancar o custo elevadíssimo dessa transformação. E ainda o protagonismo crescente dos serviços ligados à mobilidade, que acabam moldando até a definição do portfólio de produtos de cada empresa.

Para além de todas essas preocupações imediatas, não posso deixar de reforçar uma preocupação que deve estar presente em qualquer planejamento estratégico, que é a descarbonização do setor automotivo, uma contribuição fundamental no sentido de amenizar a emissão de gases do efeito estufa e as alarmantes mudanças climáticas. É necessário que todos os elos da cadeia automotiva tenham clareza sobre as rotas tecnológicas e energéticas que o Brasil terá nas próximas duas décadas. Outros países já definiram seus rumos para a mobilidade urbana e o transporte rodoviário. Um país com a relevância do nosso não pode perder esse passaporte para o futuro.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.





Sua paixão, Nossas cores

Axalta é uma empresa global focada exclusivamente em revestimentos, com as mais sofisticadas tintas e soluções inteligentes, que embelezam o veículo além de proteger a carroceria, aumentando a sua vida útil.

SEU NEGÓCIO PRECISA,
NÓS INOVAMOS.



Modelo de negócios

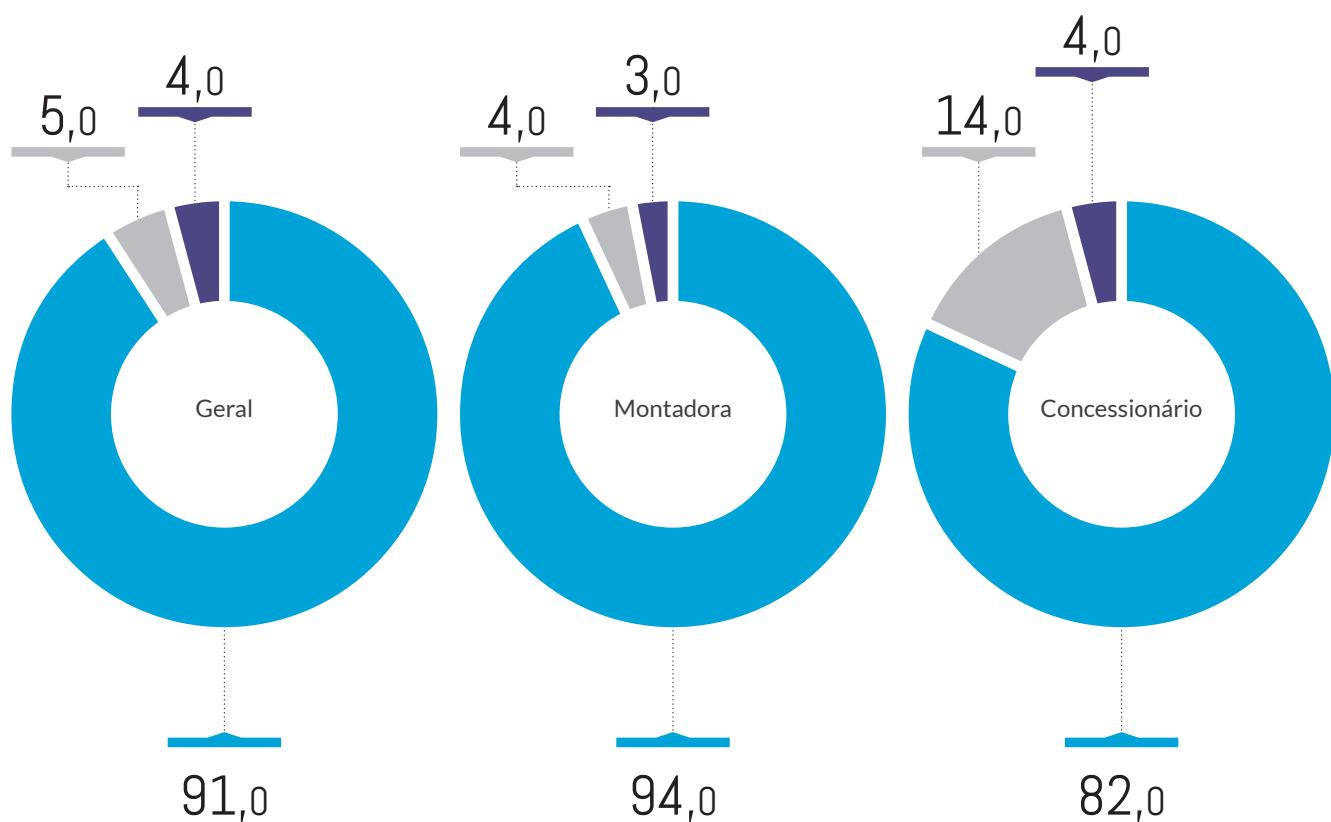
A nova concessionária

De um modo geral, assim como ocorreu em 2019, a percepção é a de que a rede de distribuição será um dos elos da cadeia automotiva que mais sofrerá transformações no futuro – algo com que as próprias concessionárias concordam.

Sim
Indeciso
Não



Na construção do futuro ecossistema de negócios da indústria automotiva brasileira é imperativo repensar o papel da rede de concessionárias. (%)



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



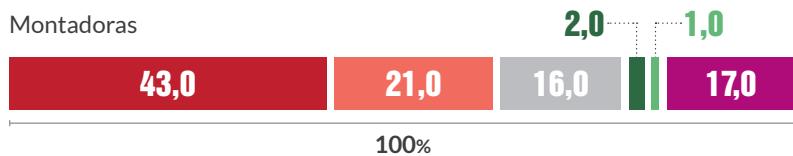
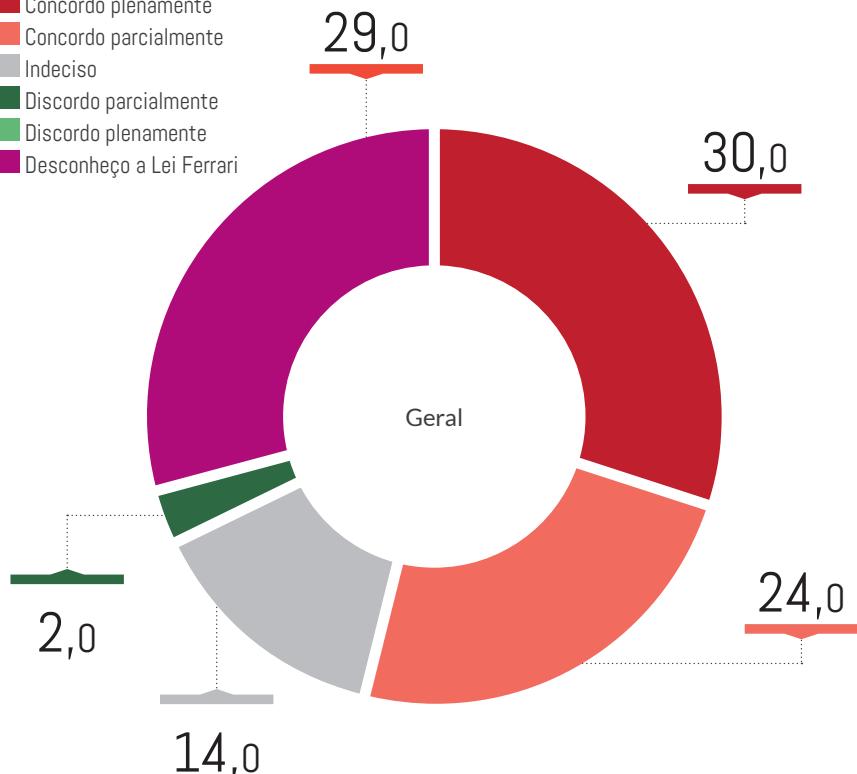
Modelo de negócios



O redesenho do papel das concessionárias no futuro ecossistema de negócios da indústria automotiva no Brasil passa necessariamente pela revisão da Lei Ferrari. (%)

Novamente repetindo o observado na pesquisa realizada há dois anos, a maioria entende que neste processo serão necessários ajustes na atual regulamentação do setor, conhecida como Lei Renato Ferrari. O índice relevante de resposta que indica desconhecimento da lei deve-se ao perfil dos entrevistados, com grande variedade de áreas de atuação (engenharia, produção, qualidade, desenvolvimento, administração, atendimento ao cliente etc.), de forma que nem todos fazem parte da área de distribuição e, assim, não estão cientes de seus pormenores.

- Concordo plenamente
- Concordo parcialmente
- Indeciso
- Discordo parcialmente
- Discordo plenamente
- Desconheço a Lei Ferrari



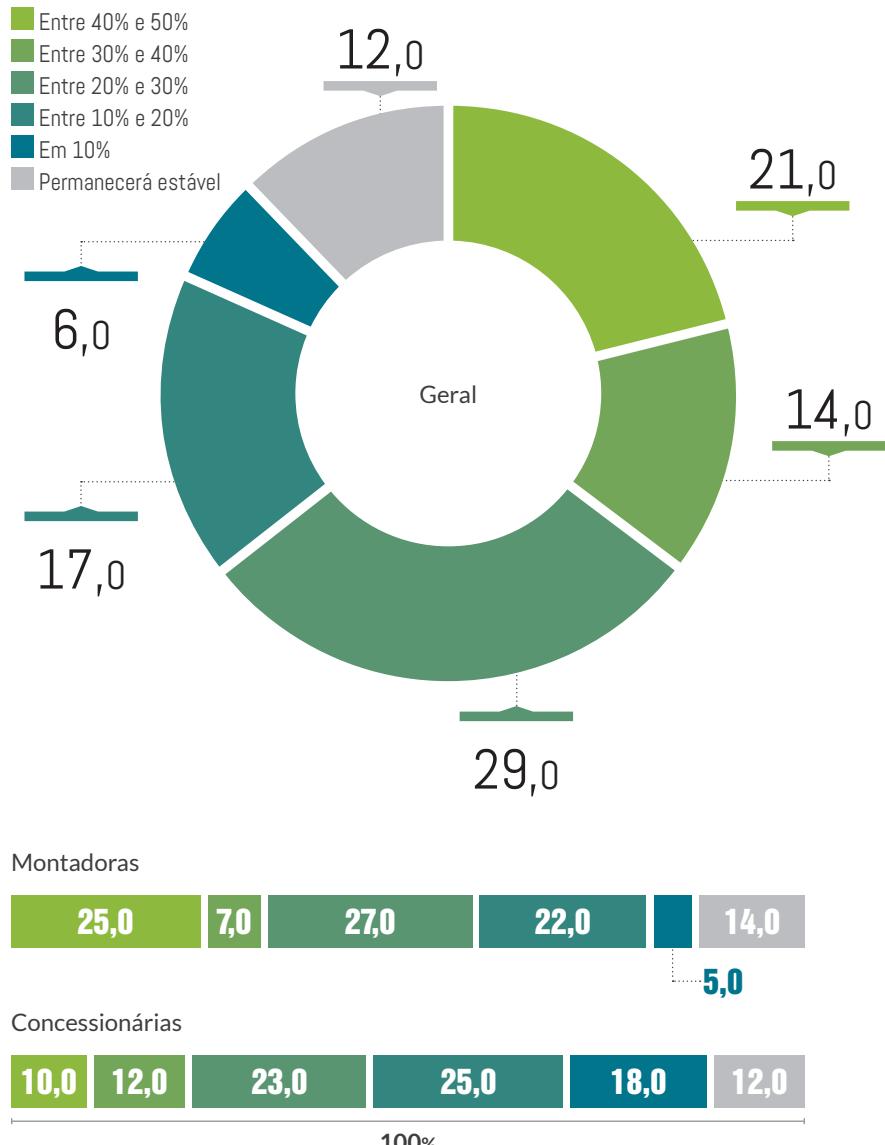
Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Modelo de negócios



O número de concessionárias como conhecemos hoje será dramaticamente reduzido no Brasil nos próximos 10 anos. (%)

Segundo dados da Anfavea, de 2019 para 2020 (último dado disponível) o total de concessionárias de autoveículos no Brasil subiu de 3.980 para 4.052. Em 2021 é esperada uma redução, dada a decisão da Ford de deixar de produzir veículos localmente – sozinha, respondia por 287 concessionárias e deverá permanecer com cerca de 125 –, ainda, que, por outro lado, existam marcas com planos de expansão, como a Caoa Chery, de 115 para 150. Dado o cenário a maioria dos entrevistados acredita que o total será reduzido de 10% a 30% na próxima década, ainda que uma visão de enxugamento de 40% a 50% tenha respaldo nas montadoras, quadro não compartilhado pela rede.



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

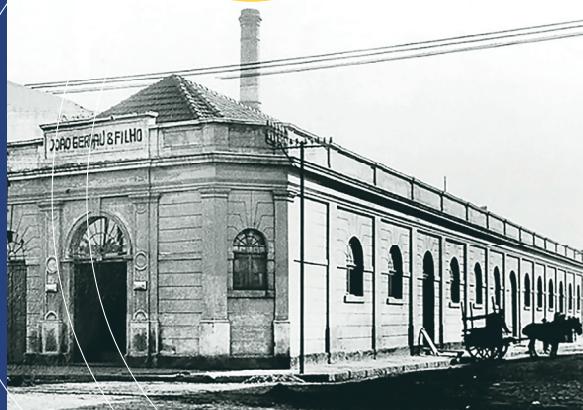
A raiz de uma das maiores produtoras de aço do mundo está no sonho de uma família empreendedora. Em 1901, a família Gerdau plantou uma fábrica de pregos em Porto Alegre (RS). Enquanto a empresa crescia, ela foi se entrelaçando com a vida das pessoas. Com a sua vida.

Passando pela casa onde você mora, pelo carro que você dirige, pelas pontes por onde você passa, pelo lugar onde você trabalha. Tornando visível tudo aquilo que realmente importa para você. Não é só sobre aço que estamos falando: é sobre acolher, mover, aproximar, realizar.

Aos 120 anos, a Gerdau é uma árvore que não para de dar frutos. Além de maior empresa brasileira produtora de aço, é também a maior recicladora da América Latina: 73% da sua produção vem daí. Mas ela quer aproveitar essa data não apenas para celebrar o seu legado, e sim para reafirmar o seu compromisso com o futuro.

A Gerdau está regando hoje mesmo o amanhã de questões urgentes como educação, habitação, sustentabilidade e empreendedorismo. Porque tão importante quanto o que colhemos são as sementes que deixamos para o futuro.

raízes



Fábrica de Pregos Pontas de Paris da Gerdau, em 1901.

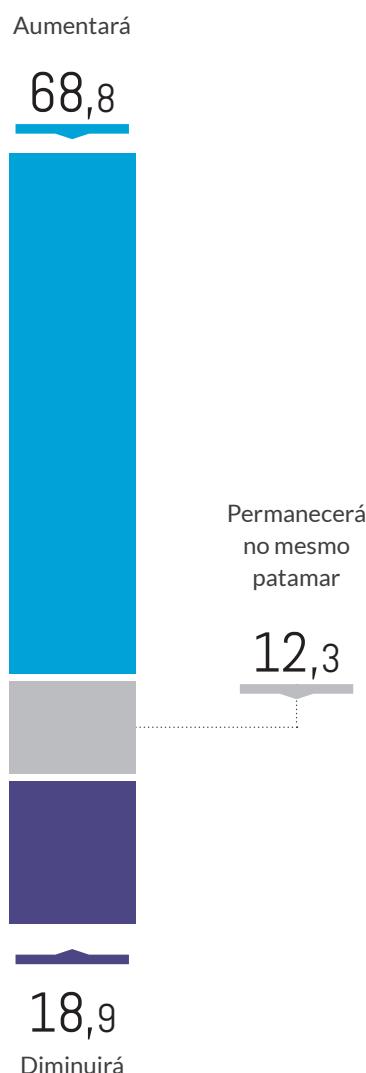


Colaboradora Juliana Brun, da Gerdau Cosigia, no Rio de Janeiro, representando nossos mais de 30 mil colaboradores em 10 países.

Modelo de negócios



Nos próximos dez anos a representatividade da venda direta nos resultados da indústria: (%)



No fim da fila

Segundo a Fenabrade as vendas diretas representavam 45% do total acumulado de automóveis e comerciais leves em julho de 2019, índice que caiu ligeiramente, para 43%, na mesma correlação de 2021 (último dado disponível). No universo da pesquisa no mesmo intervalo houve um avanço de 10 p.p. nos que entendem que a representatividade das vendas diretas diminuirá na próxima década, sendo que a maioria migrou da opinião, em 2019, de que aumentaria. Este cenário tem conexão com o avanço da oferta de serviços de mobilidade oferecidos pelas próprias montadoras, como os de assinatura, e pode ter sido influenciado também pela crise dos semicondutores, que afetou os volumes de produção e deixou locadoras no fim da fila de espera por um carro novo. Segundo a Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis, Abla, as empresas do segmento conseguirão comprar neste ano apenas a metade do que previam.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos! Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.



O papel da Mobilidade Elétrica nas Cidades Inteligentes!

As cidades do futuro, conhecidas como cidades inteligentes, funcionam com segurança energética, energia renovável, eficiência no consumo e gestão dos recursos. Neste cenário, a mobilidade elétrica desempenha papel vital. A Siemens fornece soluções completas para este novo ecossistema, além de contar com experiência e conhecimento em todas as áreas relacionadas ao transporte, seja ferroviário, rodoviário ou intermodal. Na mobilidade elétrica, a Siemens trabalha em conjunto com montadoras e autopeças, ajudando a indústria automotiva a desenvolver seus veículos eletrificados e a implementarem suas novas linhas de produção. Fora dos portões destas empresas, a Siemens fornece toda a infraestrutura de carregamento necessária, que viabilizará a adoção desta nova tecnologia.

Conheça nosso portfólio para a transformação digital na cadeia automotiva.

www.siemens.com.br/emobility

SIEMENS

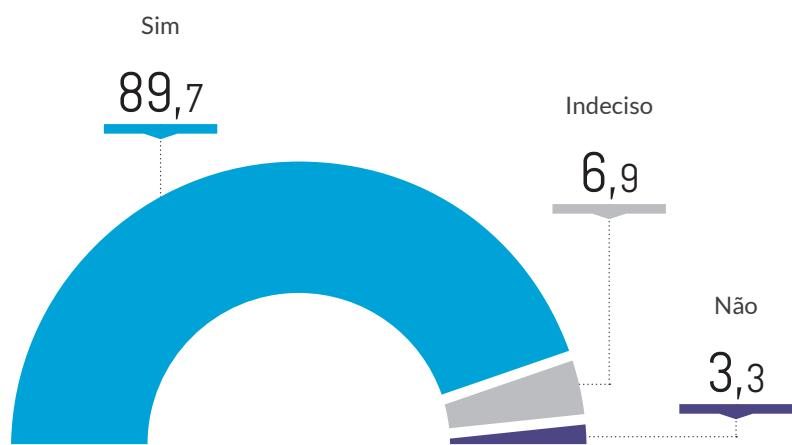
Modelo de negócios



Na construção do futuro ecossistema de negócios da indústria automotiva é imperativo proporcionar alternativa de venda de veículos pela Internet. (%)

A inquestionável internet

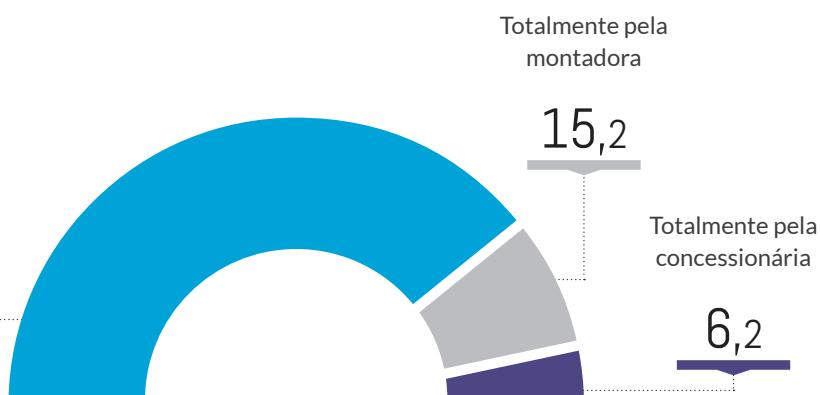
Entre os entrevistados não há qualquer sombra de dúvida quanto à importância da venda de veículos pela internet nos próximos anos. E também é de pleno consenso o entendimento de que a gestão deste processo deve ser conduzida por montadoras e concessionárias de forma conjunta.



A operação do processo de venda de veículos pela Internet deve ser gerida: (%)

Por ambos, com a montadora responsável pelas etapas on-line da venda e a concessionária responsável pelas etapas físicas da venda

78,6



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Modelo de negócios



João Mantovani

MAURO CORREA,
Presidente da CAOA Montadora

O processo de distribuição da indústria automotiva está e vai continuar mudando para se adequar às novas necessidades e hábitos de consumo do cliente no Brasil. Interessante ver nesta pesquisa como a percepção e conhecimento sobre a Lei Ferrari e a sua abrangência é diferente entre os segmentos da cadeia de valor. Isso mostra a necessidade de uma discussão mais profunda e alinhamento entre os players para a construção do futuro ecossistema.

A digitalização os novos hábitos de consumo exigem que o modelo de distribuição se adeque à realidade. A pesquisa demonstra que 35% dos entrevistados esperam redução superior a 30% no número de concessionárias que atuam no modelo tradicional. A tendência é que os showrooms fiquem cada vez menores e sejam mais digitalizados e o foco da operação fique cada vez mais para a área de pós-vendas.

O consumidor tem buscado novas alternativas de mobilidade como car sharing, aluguel, carro por assinatura etc. Isso deve fomentar a venda direta através do surgimento de novas empresas fornecedoras desses tipos de serviços. Concluindo: a digitalização é uma realidade e as indústrias têm que se adequar a esse novo normal.

Test drive, entrega técnica do produto, pós-vendas, dentre outras atividades, sempre serão necessárias. A venda pela internet é uma realidade que veio para ficar. Mas não podemos esquecer da venda presencial. Ainda existem muitos consumidores que dão preferência por esse modelo.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

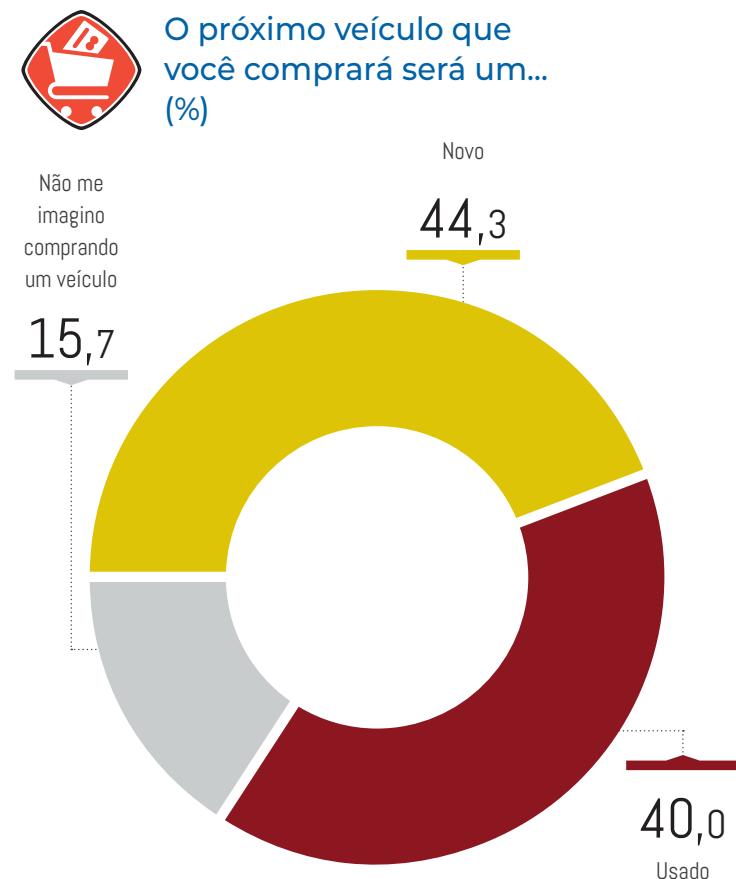
Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Experiência de compra dos consumidores

Preço, sempre um bom argumento de venda

De 2019 para 2021 o porcentual dos entrevistados que comprariam um carro novo caiu de 50% para 44%, enquanto os que vão buscar um usado subiu de 36% para 40%. O índice dos que não vão comprar permaneceu estável em nível relativamente baixo, indicação clara de que a intenção de compra segue aquecida. A migração do novo para o usado, mesmo que não extremamente significativa, é reflexo do quadro geral e macroeconômico: além dos fortes aumentos nos preços dos 0 KM, de lá para cá o índice de desemprego cresceu de 12,3% para 14,6% (recorde histórico), segundo o IBGE, enquanto o índice de confiança do consumidor caiu de 88 pontos para 82, de acordo com a FGV.



“ O significativo crescimento de tecnologia embarcada nos veículos – que há muito deixou de ser privilégio do segmento premium – tem contribuído para o aumento dos custos de produção/venda em proporção bastante superior ao aumento da renda média dos brasileiros. Isso limita o acesso aos produtos e pode justificar a resposta dos consumidores sobre o interesse em abrir mão desses recursos, não incluindo itens de segurança, em troca de preço melhor. ”

Márcio Stéfani

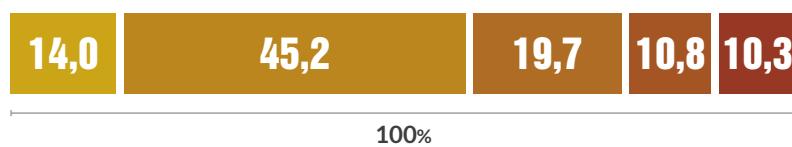
Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Experiência de compra dos consumidores



Pretendo comprar um veículo:

- Este ano
- Próximos 2 anos
- Próximos 3 anos
- Próximos 4 anos
- Acima de 4 anos

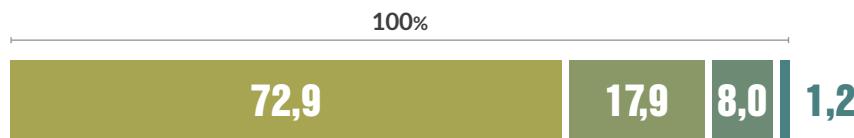


Dentro da mesma correlação, na comparação com 2019 o índice dos que pretendem comprar um carro em curto prazo recuou de 22% para 14%, de curto para médio se manteve estável na faixa de 65% e o índice de médio para longo subiu de 14%* para 21%**. * prevaleceram os consumidores de idade mais avançada e de maior renda

** prevaleceram os consumidores mais jovens e de menor renda



Vou comprar meu próximo veículo em:



- Canal de vendas físico (concessionária/agência de automóveis)
- Canal de vendas on-line independente
- Canal de vendas on-line de uma montadora
- Não quero ter um veículo no futuro

Entre os que pretendem comprar um carro novo os canais de distribuição preferidos são a concessionária e o canal digital da própria fábrica; já no caso de quem opta por um usado o canal online independente tem muito boa aceitação, algo lastreado pelos avanços em ferramentas tecnológicas de sites e aplicativos especializados neste mercado.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.

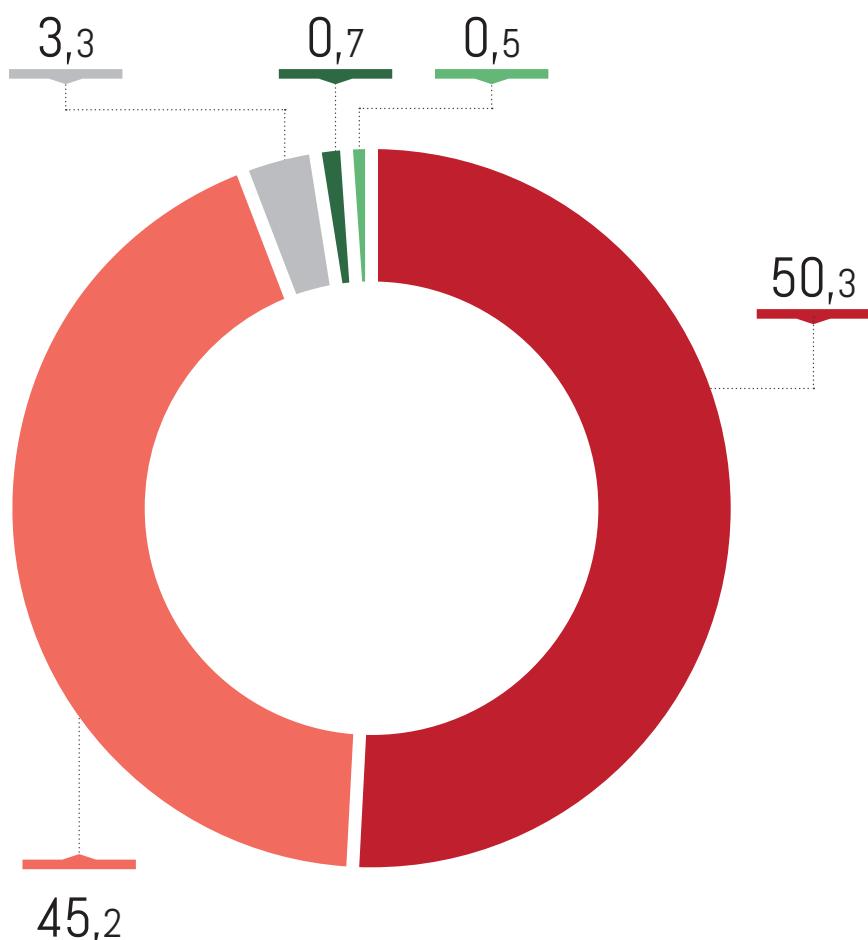


Experiência de compra dos consumidores



Pesquisas recentes apontam que, durante o processo de compra de um veículo, os consumidores têm chegado às concessionárias com sua decisão praticamente tomada com base nas informações obtidas na Internet (sites das montadoras e revistas especializadas, blogs, vídeos no youtube, etc). Qual sua opinião a respeito? (%)

- Concordo plenamente
- Concordo parcialmente
- Indeciso
- Discordo parcialmente
- Discordo plenamente



Opiniões importam

A ampla maioria dos consumidores chega às lojas já bastante balizada sobre o veículo que pretende comprar, graças a informações e comparações colhidas via internet e redes sociais – não só nos sites e perfis oficiais como de terceiros.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

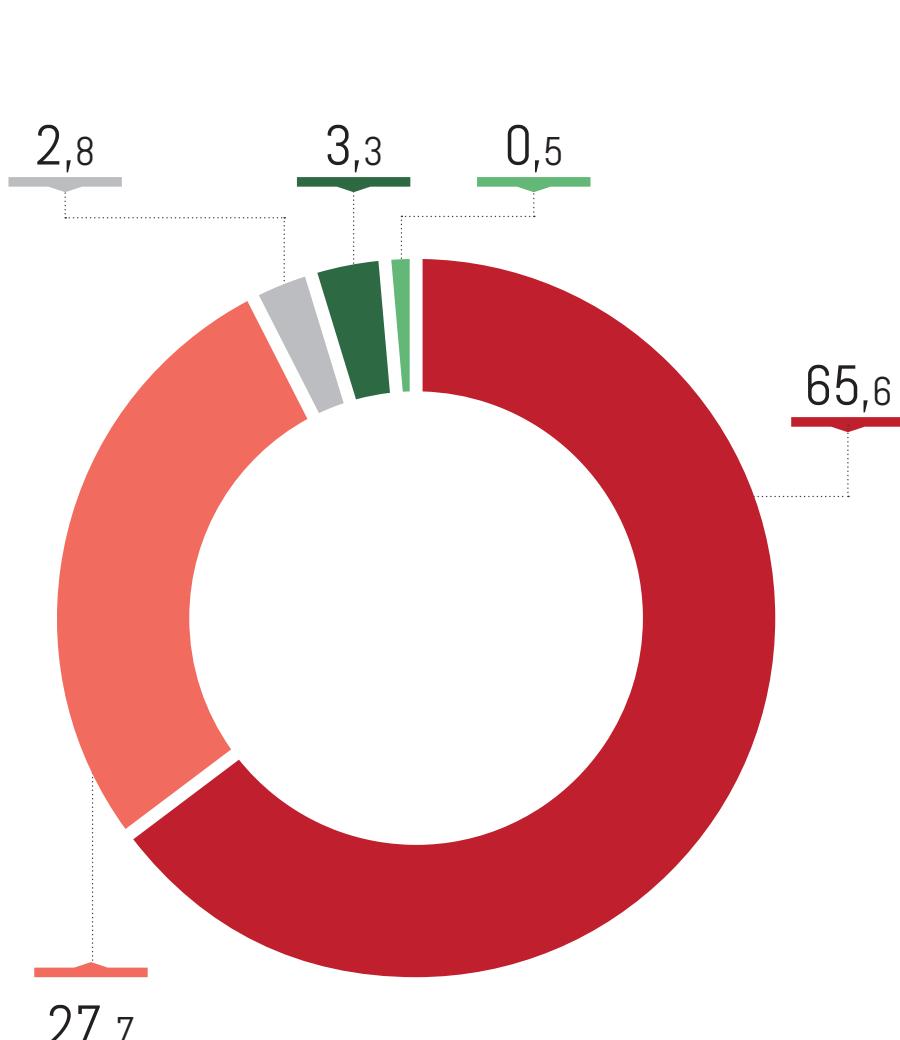
Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Experiência de compra dos consumidores



Pesquisas recentes apontam que, durante o processo de compra de um veículo, os consumidores, após pesquisar na Internet, ainda preferem fechar o negócio em uma concessionária por ser o melhor ambiente para verificar detalhes do veículo e ter a possibilidade de negociar o preço e as condições de pagamento. Qual sua opinião a respeito? (%)



- Concordo plenamente
- Concordo parcialmente
- Indeciso
- Discordo parcialmente
- Discordo plenamente

E a maior parte também entende que as concessionárias ainda representam o melhor local para fechar a compra, dada a condição de conhecer fisicamente o produto e, ao mesmo tempo, barganhar pessoalmente as questões financeiras. Esse cenário não sofreu grandes mudanças na comparação com 2019.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Experiência de compra dos consumidores

Desejo x realidade

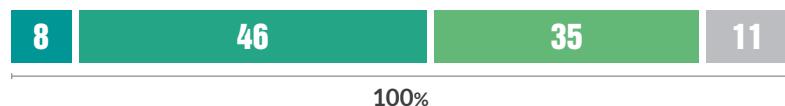
Em uma visão geral fica claro que o consumidor ainda se sente majoritariamente incompreendido em suas necessidades e preferências perante os protagonistas da indústria automotiva, cenário semelhante ao observado em 2019. Notou-se, porém, um leve avanço no caso das montadoras, fruto de movimento de maior aproximação com os clientes, mesmo que ainda insuficiente: as posições de compreensão limitada e alguma compreensão se inverteram perante a pesquisa de dois anos atrás. O quadro segue mais difícil para a rede de concessionárias, que viu a indicação de nenhuma compreensão crescer dez pontos de lá para cá – a luz de alerta mudou de amarelo para vermelho.



Até que ponto você acha que as entidades abaixo compreendem suas necessidades e preferências enquanto consumidor?

- Compreensão total
- Alguma compreensão
- Compreensão limitada
- Nenhuma compreensão

Montadoras



Rede de concessionárias



Empresa de tecnologia ou telecomunicações



Provedor de serviços de mobilidade



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos! Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itaú.com.br.

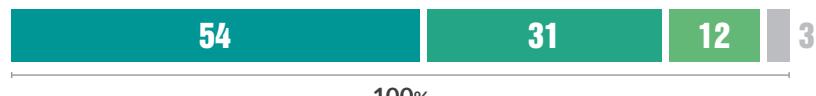
Experiência de compra dos consumidores



Até que ponto você deseja que as entidades abaixo compreendam suas necessidades e preferências enquanto consumidor?

- Compreensão total
- Alguma compreensão
- Compreensão limitada
- Nenhuma compreensão

Montadoras



Rede de concessionárias



Empresa de tecnologia ou telecomunicações



Provedor de serviços de mobilidade



Aqui, mais um indicativo de que o interesse do consumidor em ser compreendido é muito maior do que acontece na realidade – e que seu nível de exigência só cresce. A cobrança é até um pouco menos aguda para montadoras e rede de concessionárias, mas nem por isso deixa de existir um terreno enorme a ser recuperado.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Experiência de compra dos consumidores Preferências

O custo, sempre ele

O TCO, Total Cost of Ownership, continua a representar ponto mandatório no processo de escolha de um veículo novo, repetindo tendência verificada em 2019. E de lá para cá outro item ligado a custo, o consumo, cresceu significativamente – um provável reflexo do aumento nos preços dos combustíveis observado neste período. Avançou ainda a preferência por propulsão, mostrando que as discussões envolvendo os veículos elétricos estão na pauta do dia. Ao mesmo tempo caiu muito o interesse por possibilidade de compra via internet.

A indústria se mostra fazendo uma boa leitura do consumidor nos três itens mais importantes, mas daí para baixo há variações. Enquanto os executivos veem conectividade e condições comerciais como relevantes, os consumidores preferiram qualidade de serviços de pós-vendas e rede de assistência técnica, temas correlatos, para só depois elencarem as condições comerciais, invertendo cenário de 2019. Ocorre que segundo dados da Associação Nacional das Empresas Financeiras das Montadoras, a Anef, a liberação de recursos para financiamento de veículos subiu mais de 20% nestes dois anos, ao mesmo tempo em que as taxas de juros se mantiveram próximas da estabilidade, o que reduziu a pressão sobre este tema no lado do comprador.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



PESQUISA MOBILIDADE 2021

Experiência de compra dos consumidores

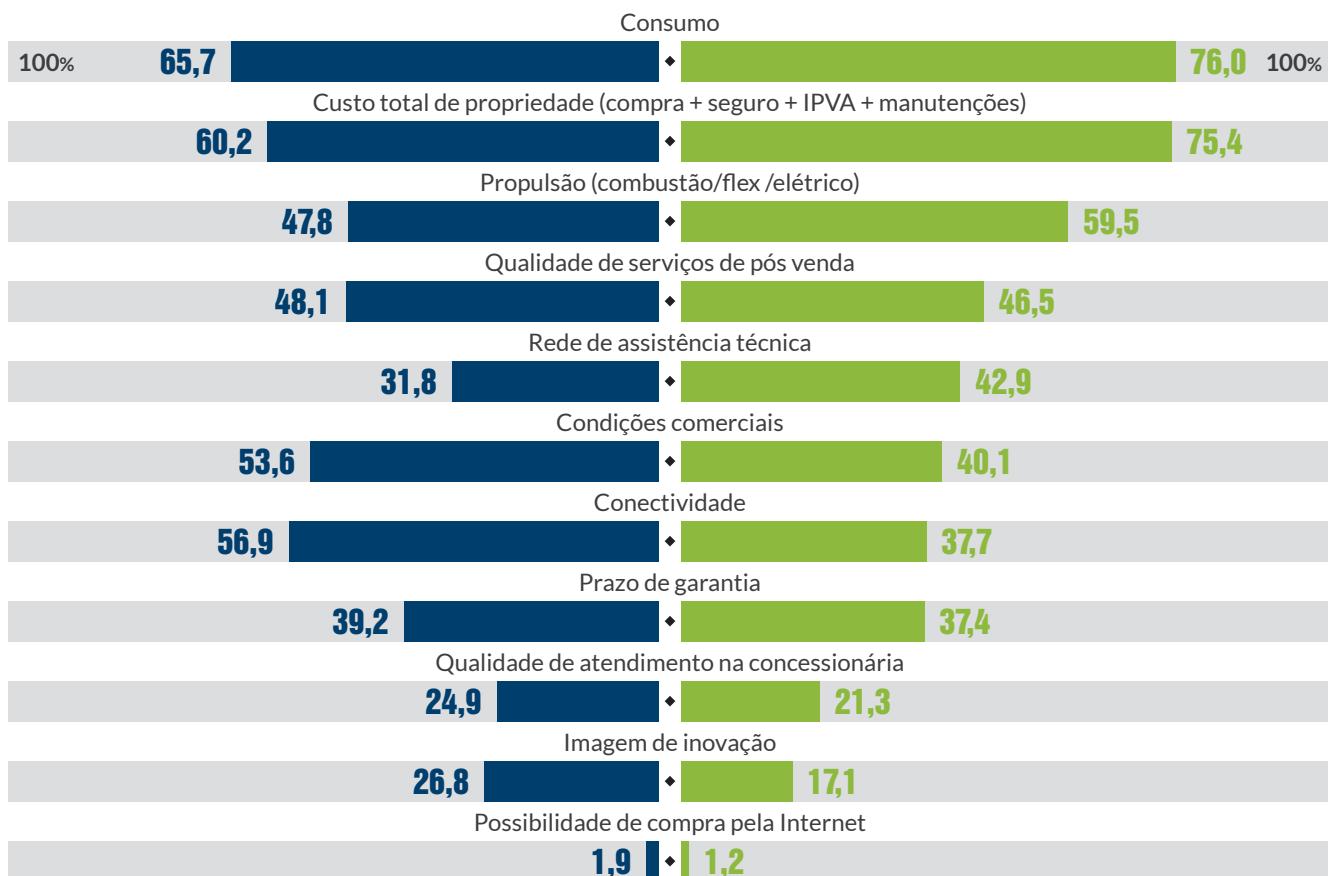
Preferências



Na sua opinião, como o cliente prioriza os recursos/funcionalidades abaixo quando vai comprar um veículo?
(Selecione até 5)



Como você prioriza os recursos/funcionalidades abaixo quando vai comprar um veículo?
(Selecione até 5)



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Experiência de compra dos consumidores
Preferências

Olhar para trás

O sensor ou câmera de ré subiu ao topo da preferência por acessórios pelo consumidor, mostrando que a popularização desta tecnologia é muito bem aceita e desejada pelos clientes. Nota-se ainda que este movimento ocorreu de forma veloz – no estudo de 2019 o item não constava nem do top-5.

Ao mesmo tempo o GPS perdeu participação, saindo do top-5, indicando que esta função passou a ser vista pelo consumidor mais como parte do smartphone do que do veículo em si – tanto assim que a preferência por integração com smartphone ganhou bastante relevância de 2019 para 2021. Painel digital e interface touchscreen também cresceram, lastreados pelo aumento da oferta destes itens em veículos para além do segmento de luxo.

“

Assim como a pesquisa de 2019 identificou potencial para a criação de serviços de veículos por assinatura, que não existia na época, os consumidores, ante as hipóteses desse capítulo da pesquisa, podem estar sinalizando uma oportunidade para as montadoras, especialmente se considerarmos que veículos tecnologicamente mais simples serão menos impactados pela crise dos semicondutores e que com preços menores estes veículos poderão atrair potenciais compradores que hoje estão optando por modelos seminovos.

”

Ricardo Bacellar

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itaú.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



PESQUISA MOBILIDADE 2021

Experiência de compra dos consumidores

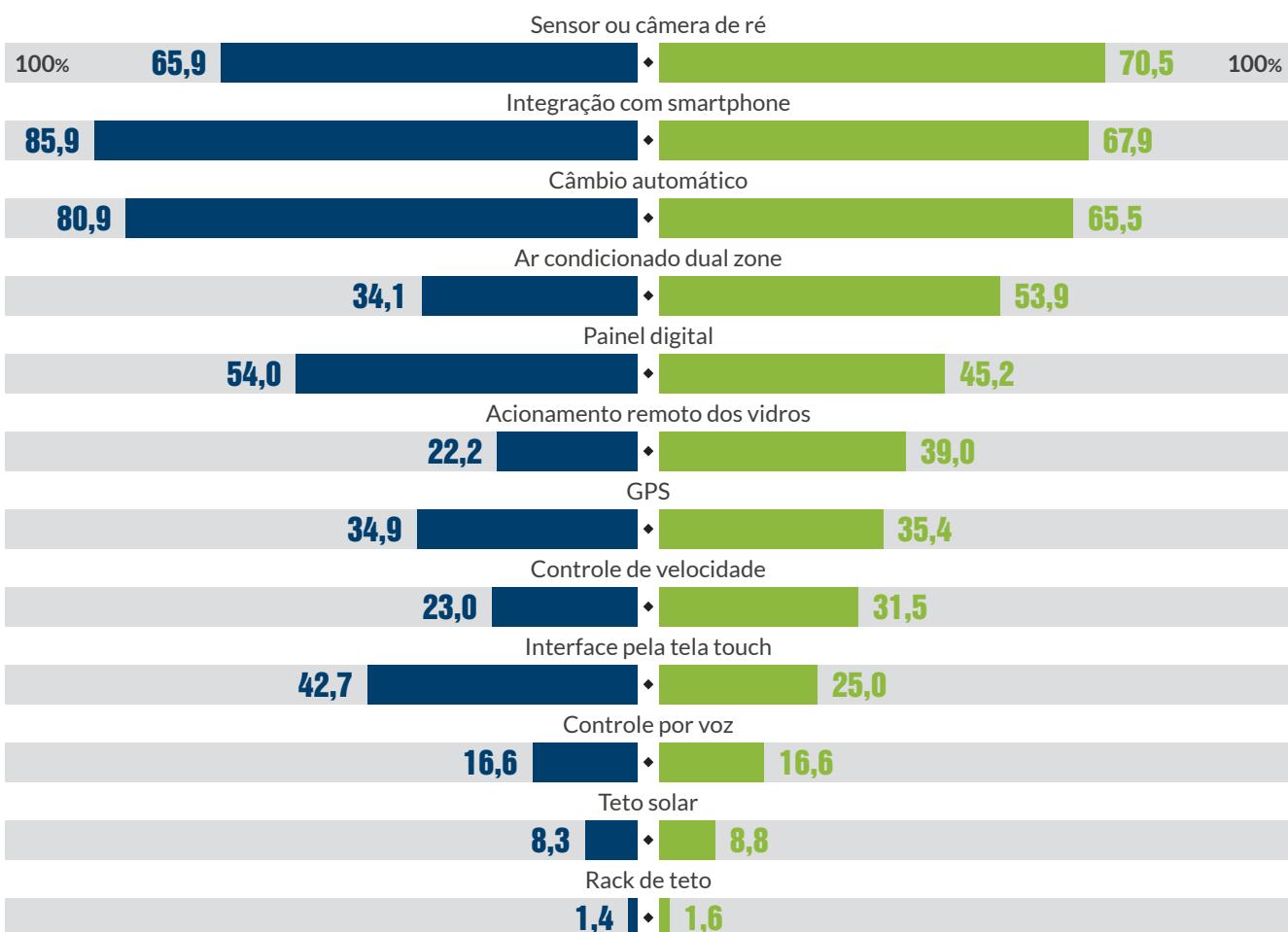
Preferências



Na sua opinião, como o cliente prioriza os acessórios abaixo quando vai comprar um veículo? (Selecione até 5) (%)



Como você prioriza os acessórios abaixo quando vai comprar um veículo? (Selecione até 5) (%)

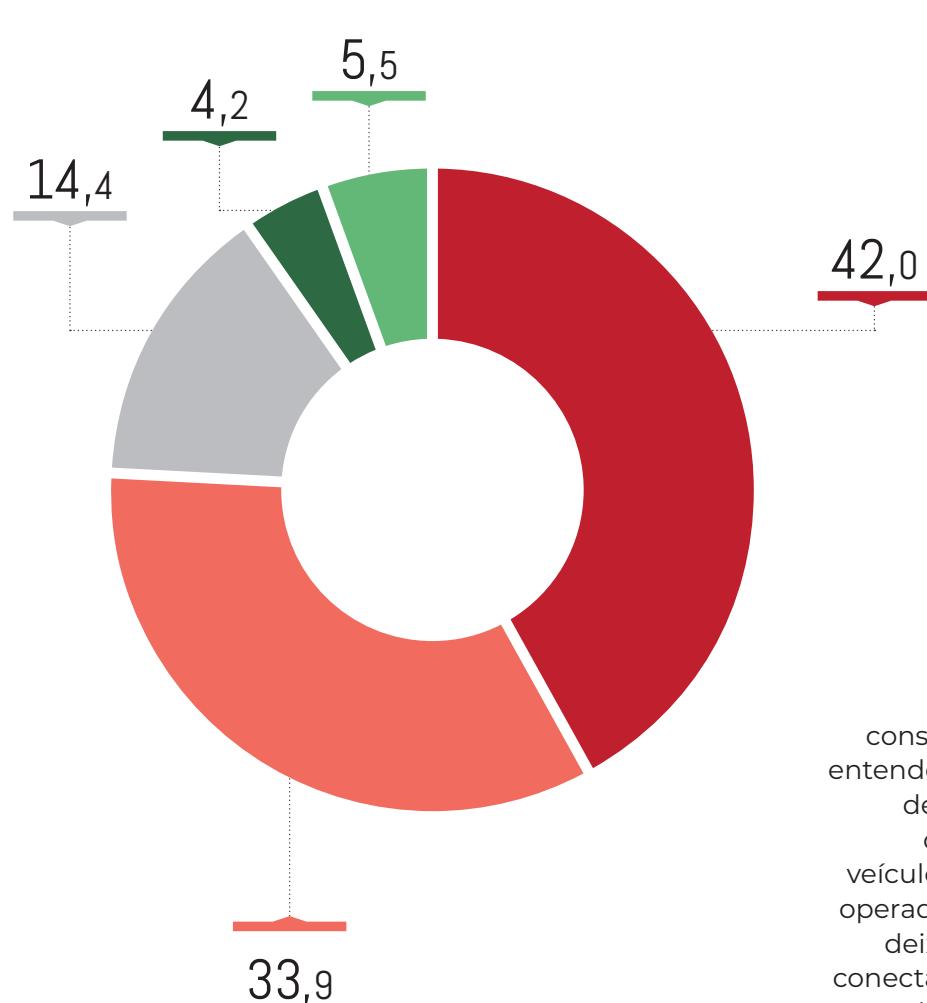


Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Experiência de compra dos consumidores
Preferências



Qual sua opinião sobre uma eventual parceria entre montadoras de veículos e empresas operadoras de celular, para a oferta de um pacote de serviços de conectividade no veículo ("pacote carro")? (%)



- Concordo plenamente
- Concordo parcialmente
- Indeciso
- Discordo parcialmente
- Discordo plenamente

A ampla maioria dos consumidores entrevistados entende como positiva a oferta de um pacote de serviços de conectividade para o veículo em parceria com uma operadora de telefonia celular, deixando claro que o 'carro conectado' não só é um objeto de desejo como também representa uma necessidade por parte dos compradores.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



PESQUISA MOBILIDADE 2021

Experiência de compra dos consumidores

Preferências



Você acha que os consumidores teriam interesse em abrir mão de recursos tecnológicos, não incluindo aspectos de segurança, em troca de um preço menor na compra de um veículo 0 km?



Você abriria mão de recursos tecnológicos, não incluindo aspectos de segurança, em troca de um preço menor na compra de um veículo 0 km?

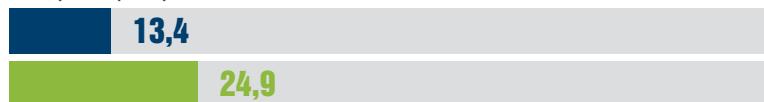
Não abriria mão de recursos tecnológicos em troca de um valor menor na compra do veículo.



Sim, mas somente nos modelos básicos.



Sim, para qualquer modelo.



Sensível ao preço final

Ainda que modelos que possam ser classificados como populares estejam praticamente extintos do mercado nacional, quase a metade dos consumidores entrevistados aceitaria levar para casa um veículo com menos tecnologia desde que seu preço fosse mais convidativo. Na indústria essa percepção é ainda mais elevada. Os jovens, os que ainda não têm carro e os de menor renda, naturalmente mais sensíveis ao fator preço, são os mais simpáticos ao tema, cenário que se inverte aos poucos conforme avançam a idade e a renda.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!

Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Experiência de compra dos consumidores



Divulgação/Stellantis

ANTONIO FILOSA,
Chief operating officer (COO) da
Stellantis para a América do Sul

O consumidor está mudando e sua jornada pode começar meses antes da efetivação da compra. A oferta de conteúdos especializados sobre o setor automotivo é crescente e os clientes têm a oportunidade de acessar diversas informações antes mesmo de chegarem às concessionárias. E, claro, entendemos que a pandemia impôs novo ritmo e novas necessidades à vida das pessoas.

Estamos em sintonia com toda essa mudança de comportamento, estudando diariamente e repensando nossa atuação junto ao cliente, para criar soluções em produtos e serviços. Eficiência energética, redução de emissões, eletrificação, direção autônoma, carros conectados com plataformas de conteúdos e e-commerce e serviço de carros por assinaturas fazem parte do desenvolvimento atual das propostas da Stellantis. Nossa foco está na excelência, no relacionamento e encantamento para garantir uma experiência de qualidade e valor agregado ao longo de todo o processo de interação, seja com nossas redes de concessionários, produtos ou serviços.

Segundo dados da pesquisa, a maior parte dos consumidores, 54%, deseja que as montadoras compreendam totalmente suas necessidades e preferências. Por isso, entendo que a Stellantis está no caminho certo, sempre antenada às tendências e desafios da sociedade, não só para compreender e atender às expectativas, bem como surpreender os consumidores com soluções inovadoras e abrangentes de mobilidade.

A pesquisa também aponta que grande parte dos consumidores já conhecem as novas tecnologias disponíveis nos automóveis. Acredito que isso se deva muito em função da revolução que a internet trouxe e as inúmeras possibilidades de acesso à informação. Também está relacionado à democratização das tecnologias, antes restritas apenas aos modelos de alta gama. Buscamos, com os produtos e serviços de nossas marcas, oferecer de maneira cada vez mais abrangente novas funcionalidades, sejam relacionadas ao conforto e segurança para os usuários ou para conveniência, assistência e entretenimento.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Experiência de compra dos consumidores

Preferências



RICARDO GONDO,
Presidente da Renault do Brasil

O resultado da pesquisa reflete a situação econômica atual do país em que os clientes estão olhando não só o valor do veículo, mas o custo total de utilização incluindo o consumo de combustível, emplacamento e impostos como o IPVA. São fatores de compra mais racionais do que emocionais. Por outro lado, as montadoras têm investido bastante em conectividade e à medida em que os todos os modelos tenham essas tecnologias e mais serviços, a demanda deve crescer.

Os clientes hoje consideram vidro elétrico, direção hidráulica, ar-condicionado, como itens básicos, equipamentos de série do veículo. Ao mesmo tempo procuram equipamentos de segurança, como câmera de ré, itens de conforto, como o câmbio automático e elementos de conectividade, como a integração com smartphone. O cliente está mais exigente e mais sofisticado, priorizando segurança, conforto e conectividade ao decidir por equipamentos e acessórios.

É bom ver que os clientes concordam que uma parceria entre as montadoras e operadoras de celular pode ser um bom caminho para oferecer serviços de conectividade nos veículos. Por outro lado, uma discussão importante está relacionada ao tipo de serviço que será oferecido e o preço que os clientes estarão dispostos a pagar. Nos próximos anos deveremos ver uma evolução neste tema e mais serviços sendo oferecidos neste modelo de parceria.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Receptividade à inovação

Tradição não é mais o suficiente

Quando se pensa em alugar um carro, a locadora tradicional será a última opção do cliente – ainda que estas empresas sejam as que mais oferta têm para esse tipo de serviço. Este cenário ficou evidente e aprofundou um quadro já percebido em 2019. O destaque é que de lá para cá diversas montadoras passaram a oferecer um serviço próprio de locação/assinatura e, assim, a indústria passou a se enxergar como provedora, liderando agora a opção de escolha dos executivos, ao ultrapassar as empresas de tecnologia, primeira escolha em 2019. Já nos consumidores mais da metade entende ser indiferente o provedor, um indicativo de preço e disponibilidade serão os fatores de decisão.



Supondo que um cliente possa ter a opção de ALUGAR UM VEÍCULO por meio dos canais ao lado, qual será a opção preferencial dele?

- Pela montadora
- Pela locadora tradicional
- Pela empresa de tecnologia
- Indiferente

37,8

13,8

21,6

26,8

100%



Supondo que você possa ter a opção de ALUGAR UM VEÍCULO por meio dos canais ao lado, a sua opção preferencial será:

17,3

16,7

18,3

47,7

100%

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos! Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Receptividade à inovação



Supondo agora que um cliente possa ter a opção de UTILIZAR UM SERVIÇO DE MOBILIDADE por meio dos canais ao lado, qual será a opção preferencial dele?

- Pela montadora
- Pela locadora tradicional
- Pela empresa de tecnologia
- Indiferente

25,1

7,2

42,3

25,4

100%



Supondo agora que você possa ter a opção de UTILIZAR UM SERVIÇO DE MOBILIDADE por meio dos canais ao lado, a sua opção preferencial será:

12,7

11,5

34,5

41,3

100%

Quadro semelhante pode ser observado nas opiniões quanto à escolha do consumidor na hora de utilizar um serviço de mobilidade, ainda que aqui as empresas de tecnologia mantenham a maioria das escolhas, assim como em 2019, na visão dos executivos. Para os clientes, entretanto, é indiferente.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Receptividade à inovação

Executivos e consumidores têm visões convergentes no que diz respeito à chance dos clientes trocarem a posse de um veículo pelo seu uso: a maioria entende que essa alternativa é plenamente possível mas que, ao mesmo tempo, está atrelada diretamente ao tipo e à oferta do serviço, além de tratar-se de um conceito ainda embrionário. Fica evidente, porém – assim como em 2019 –, que a teoria de que o brasileiro é um apaixonado por seu carro e não abre mão de possuí-lo está ficando para trás.



A cultura dos consumidores brasileiros está madura para substituir a posse do veículo por serviços de mobilidade?



Você acha que a cultura dos consumidores brasileiros está madura para substituir a posse do veículo por serviços de mobilidade?

Depende da oferta de alternativas de mobilidade na região onde mora.

Quanto menor for a oferta, menor também será a chance do brasileiro abrir mão do veículo próprio.



Este é um processo ainda embrionário, mas com tendência de crescimento nos próximos anos.



Depende da faixa de idade, sendo uma tendência mais forte somente entre os mais jovens.



Em absoluto, o brasileiro é apaixonado por veículos e não abre mão de ter o seu na garagem.



Este processo já está em um estágio bastante avançado, o brasileiro em geral está abrindo mão de ter seu veículo próprio e aderindo em massa às soluções de mobilidade.



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!

Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Receptividade à inovação



Em se tratando de assuntos de mobilidade, quem você acha que o consumidor gostaria que se tornasse seu principal ponto focal de relacionamento nos próximos anos?



Em se tratando de assuntos de mobilidade, quem você gostaria que se tornasse seu principal ponto focal de relacionamento nos próximos anos?

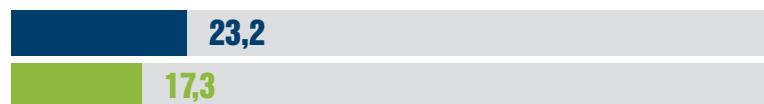
Provedor de soluções de mobilidade



O consumidor vai preferir permanecer tratando com cada um individualmente



Montadora



Empresa de tecnologia ou telecomunicações



Rede de concessionárias



Governo



Um bolo dividido
O ponto focal de relacionamento do consumidor para assuntos de mobilidade está desfocado: ninguém se destaca fortemente e o bolo está bem dividido. Isso é um indicativo de que a indústria precisa traçar com mais vigor o caminho de oferecer mobilidade aos consumidores, pois atualmente ela não é percebida claramente desta forma.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.

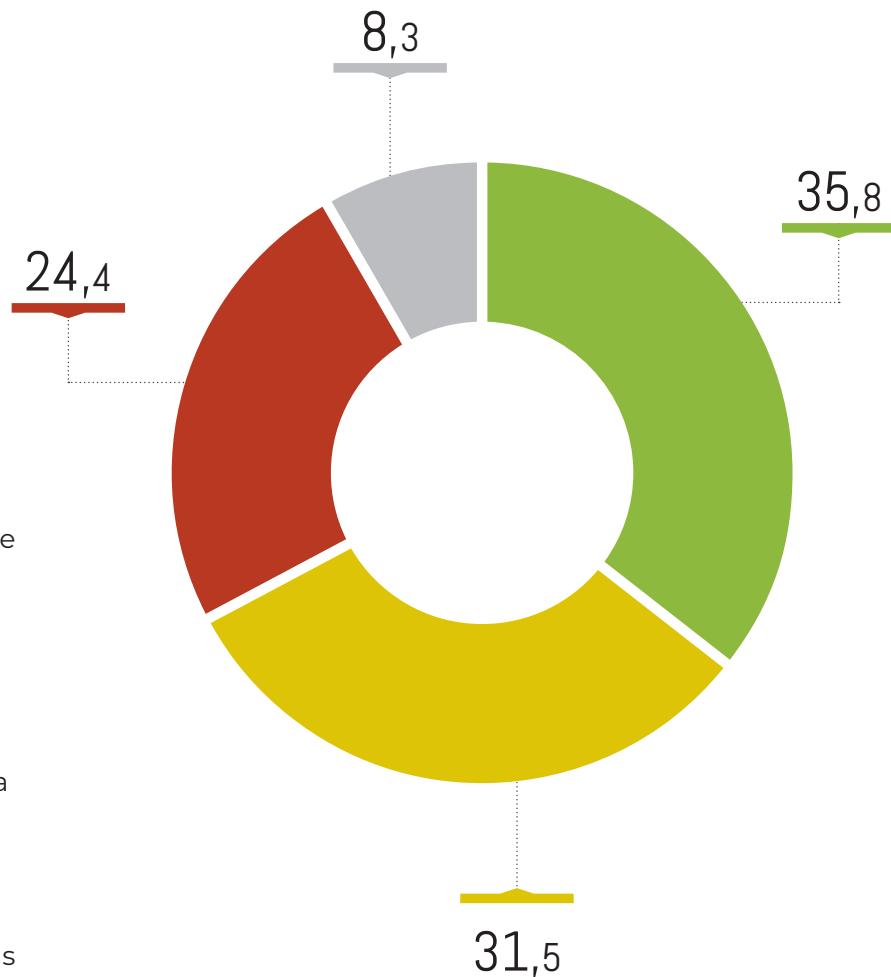


Receptividade à inovação



Qual é o elemento chave para você decidir entre diferentes provedores de mobilidade? (%)

- Disponibilidade do veículo em qualquer lugar e a qualquer hora
- Marca confiável
- Custo
- Não uso serviços de mobilidade



Confiança é relevante, custo nem tanto

Ainda que a disponibilidade seja apontada como o principal fator de decisão do consumidor por um provedor de serviço de mobilidade – e aqui podemos considerar essa como uma premissa básica para este tipo de produto – uma marca confiável mostrou-se também bastante relevante neste processo, com um terço das escolhas. Esta escolha não deixa de ser surpreendente, em especial por se sobressair ao fator custo.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Receptividade à inovação



Estamos acompanhando as primeiras ofertas de “carros por assinatura” (ao invés de compra financiamento ou locação). Esse tipo de serviço lhe interessa? (%)

Sim, posso me imaginar aderindo a este tipo de assinatura.

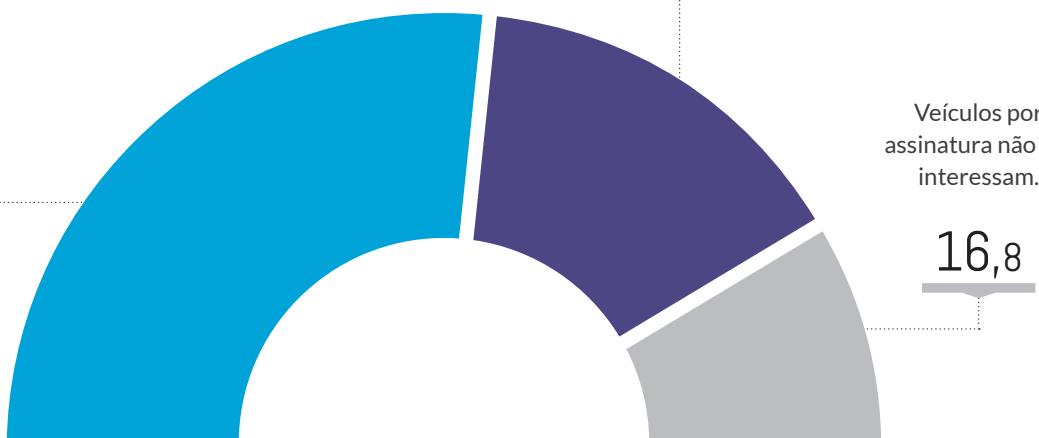
53,5

Ainda não conheço este tipo de oferta.

29,7

Veículos por assinatura não me interessam.

16,8



O cliente assina embaixo

A oferta de serviços de assinatura é bem vista por mais da metade dos entrevistados, enquanto cerca de um terço respondeu não conhecer este tipo de serviço – o que demonstra oportunidade de grande potencial de negócio para a indústria. O resultado aponta ainda que esta modalidade requer um maior esforço de comunicação para ser descoberta: pode funcionar bem inclusive para os consumidores que ainda não têm um carro ou para aqueles que desejam experimentar novas marcas, modelos ou tecnologias, como os elétricos.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos! Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Receptividade à inovação



Divulgação/Toyota

RAFAEL CHANG,
Presidente da Toyota do Brasil

“A Mobilidade como Serviço (MaaS) aparece como demanda crescente e potencial entre os serviços ofertados nesta nova era da mobilidade, época que marca a maior transformação da indústria nos últimos 100 anos. Continuaremos a ter consumidores querendo comprar veículo, mas também um novo grupo optando por serviço de mobilidade. Diante deste cenário, a indústria vem revisando processos e adaptando profundamente a forma de atuar, aplicando novas possibilidades ao portfólio. Será imprescindível manter a mesma qualidade e atenção que se dá aos produtos e serviços nesta oferta de soluções em mobilidade – a confiabilidade que foi construída ao longo de décadas ajudará neste aspecto. Conta a favor a capacidade para se reinventar, inovar, produzir e entregar novas soluções. A soma desses ingredientes será chave para a indústria construir uma nova etapa de negócio, abrindo um relacionamento mais próximo com os clientes de mobilidade, aumentando ainda mais a concorrência dentro deste ecossistema. Nós, por exemplo, já estamos preparados para esta demanda.”

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Associe-se a mais importante fonte de conhecimento da mobilidade brasileira

Ser nosso associado é essencial para quem busca aperfeiçoamento, envolvimento e bom relacionamento com profissionais e empresas do setor da mobilidade.



Quem somos?

As atividades da SAE BRASIL são importantes fontes de conhecimento e atualização tecnológica da indústria, focadas nas inovações e tendências da mobilidade brasileira e internacional.

A SAE BRASIL constitui-se hoje, na “Casa do Conhecimento da Mobilidade Brasileira”.

Benefícios de ser um associado



Aprendizagem
contínua e
multimídia



Contato com líderes
da indústria nacional
e internacional



Receba primeiro as 4
edições da revista
Engenharia Automotiva
e Aeroespacial



8 edições da revista Automotive
Engineering ou 6 edições da
Off-Highway Engineering ou
Aerospace & Defense, publicadas pela
SAE International (impressas ou digitais)



Descontos exclusivos
que podem chegar a
gratuidade para cursos e
eventos da entidade



20% de desconto
no seguro
Porto Auto*



Acesso exclusivo
a fóruns de
discussão internacional



Nos siga nas redes sociais

/curtirsaebrasil /saebrasiloficial

/company/sae-brasil /canalsaebrasil



Nossos Programas



SAE BRASIL
A CASA DO CONHECIMENTO DA MOBILIDADE BRASILEIRA

Veículos elétricos no Brasil

Híbridos em destaque

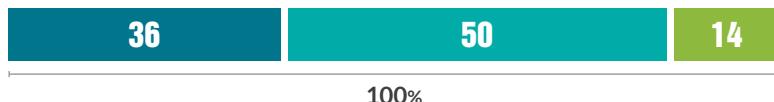
Ainda que uma visão de mais curto prazo traga relevância para os veículos a combustão como primeira opção dos executivos quanto à priorização de oferta na próxima meia década, os elétricos híbridos (HEV) obtiveram grande destaque nas respostas.



Considerando as alternativas de propulsão, qual sua visão sobre a prioridade de oferta nos próximos 5 anos?
Selecione as três mais importantes.

- 1^a Opção
- 2^a Opção
- 3^a Opção

Veículos elétricos híbridos (HEV)



Veículos elétricos híbridos com plugin (PHEV)



Veículos com motor de combustão interna (ICE)



Veículos elétricos a bateria (BEV)



Veículos elétricos (célula a combustível abastecido com etanol)



Veículos elétricos a hidrogênio (célula a combustível)



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Veículos elétricos no Brasil

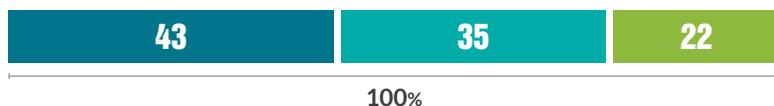
Na soma de primeira, segunda e terceira opção foram os mais votados nos dois casos – liderando, inclusive, a escolha dos consumidores. Esta tecnologia obteve vantagem relativa para os híbridos plug-in (PHEV) e larga margem para os puramente elétricos (BEV), que, inclusive, empatam tecnicamente com os elétricos a célula de combustível a etanol. A escolha pelos híbridos guarda correlação principalmente com a maior autonomia proporcionada, além de estarem mais difundidos em termos de conhecimento e oferta no mercado brasileiro hoje.



Considerando as alternativas de propulsão, quais seriam seus maiores interesses em adquirir nos próximos 5 anos? Selecione as três mais importantes.

- 1^a Opção
- 2^a Opção
- 3^a Opção

Veículos elétricos híbridos (HEV)



Veículos elétricos híbridos com plugin (PHEV)



Veículos com motor de combustão interna (ICE)



Veículos elétricos a bateria (BEV)



Veículos elétricos (célula a combustível abastecido com etanol)



Veículos elétricos a hidrogênio (célula a combustível)



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos! Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

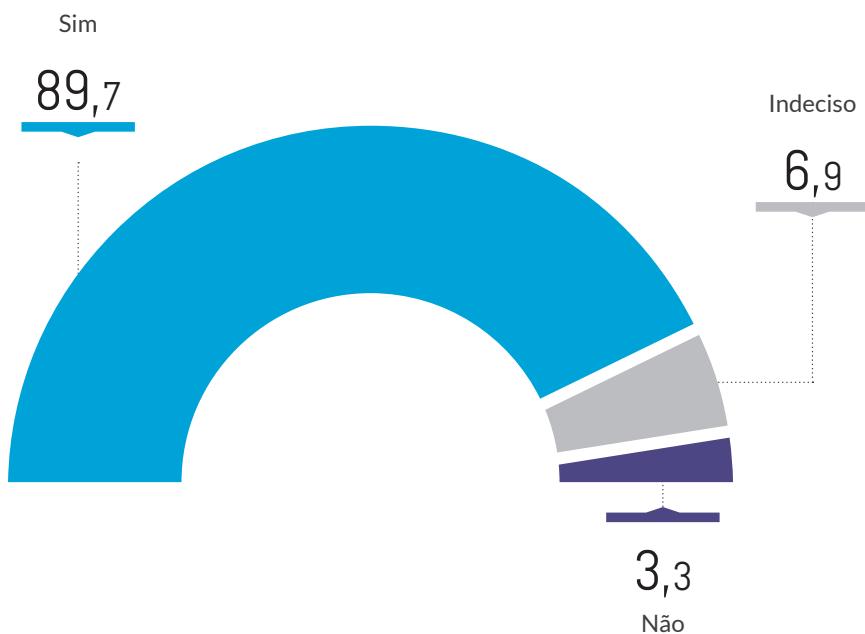
Veículos elétricos no Brasil



Temos acompanhado investimentos maciços no desenvolvimento de veículos elétricos no exterior, mas a iniciativa é tímida aqui. Você gostaria de ter estes veículos à disposição para compra no Brasil? (%)

O cliente quer. Mas é possível?

Não resta dúvida de que a ampla maioria dos consumidores entrevistados gostaria de ver nas lojas veículos elétricos à sua disposição para compra, repetindo cenário já observado em 2019. Do lado da indústria a maior parcela dos executivos considera isto viável, ainda que somente em parte, mas para um quarto dos entrevistados há dúvidas. Aqui também o quadro é bem semelhante ao observado há dois anos.



“ Assim como em 2019, o potencial de adesão aos veículos elétricos no Brasil é considerável, porém também permanece cristalina a resposta de que o maior entrave para sua massificação é o custo. Conforme já mencionado no capítulo anterior, o modelo de oferta de carros por assinatura e a percepção de valor de investimento que ele proporciona, pode viabilizar a comercialização de carros elétricos populares no Brasil e, atingindo volumes significativos, também sua produção local. ”

Ricardo Bacellar

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos! Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Veículos elétricos no Brasil



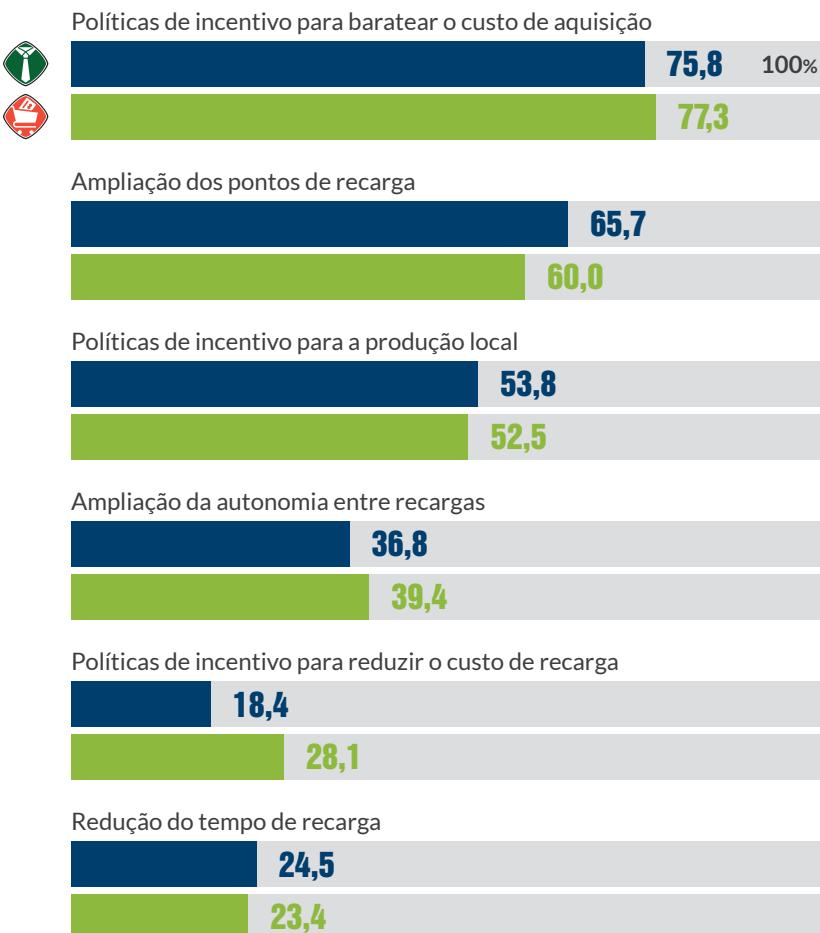
Como você ordenaria a prioridade das ações abaixo para tornar os veículos elétricos atrativos no mercado brasileiro? (Selecione até 3)



Como você ordenaria a prioridade das ações abaixo para tornar os veículos elétricos atrativos no mercado brasileiro? (Selecione até 3)

Incentivos, etapa necessária

Executivos e consumidores atestam, quase em uníssono, que o caminho para avanço dos elétricos por aqui passa necessariamente pela criação de políticas de incentivos que possam reduzir o preço final destes veículos. Uma ampliação da infraestrutura de recarga é percebida como uma segunda medida importante, seguida de políticas de incentivo para a produção local – no caso dos consumidores, uma possível demonstração de preocupação com reposição de peças/custos de manutenção e consequente valor de revenda. As questões envolvendo a recarga em si foram bem menos relevantes.



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Veículos elétricos no Brasil

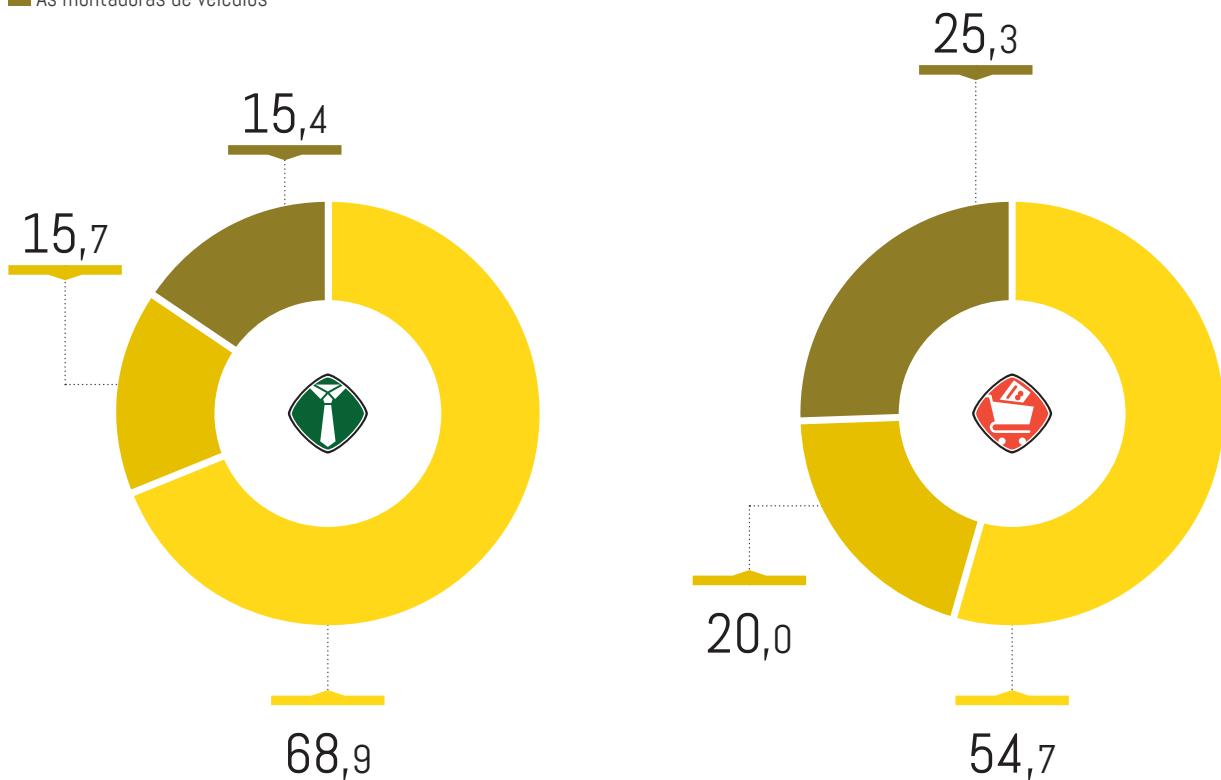
Os donos da tomada

A indústria não se vê como responsável por criar e alimentar a estrutura de recarga de elétricos no Brasil: ela entende que as empresas de geração e distribuição de energia cumprirão melhor esse papel. A mesma opinião é compartilhada pelos consumidores, ainda que com ênfase levemente menor.



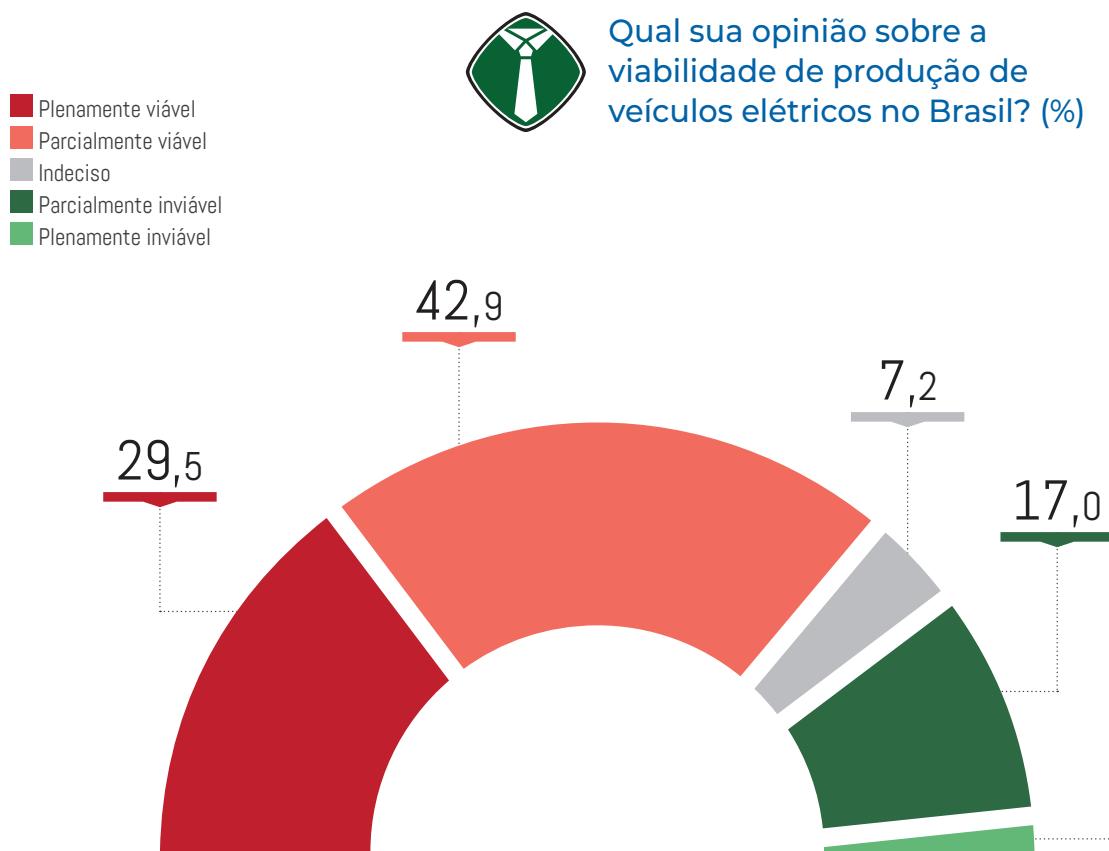
Qual entidade você entende que deve ser a responsável pela implantação e gestão da infraestrutura de recarga de veículos elétricos no País? (%)

- As empresas de distribuição de energia
- As empresas de distribuição de combustíveis
- As montadoras de veículos



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Veículos elétricos no Brasil



Plaqueta Made in Brazil

De 2019 para 2021 cresceu sensivelmente a parcela dos executivos da indústria automotiva que entende ser possível a fabricação local de veículos elétricos (de todos os tipos) no Brasil, que já era majoritária. Esse avanço veio principalmente daqueles que há dois anos se consideraram indecisos neste tema – opção que, em 2021, caiu à metade. Os que veem dificuldades continuam representando cerca de um quinto dos entrevistados.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



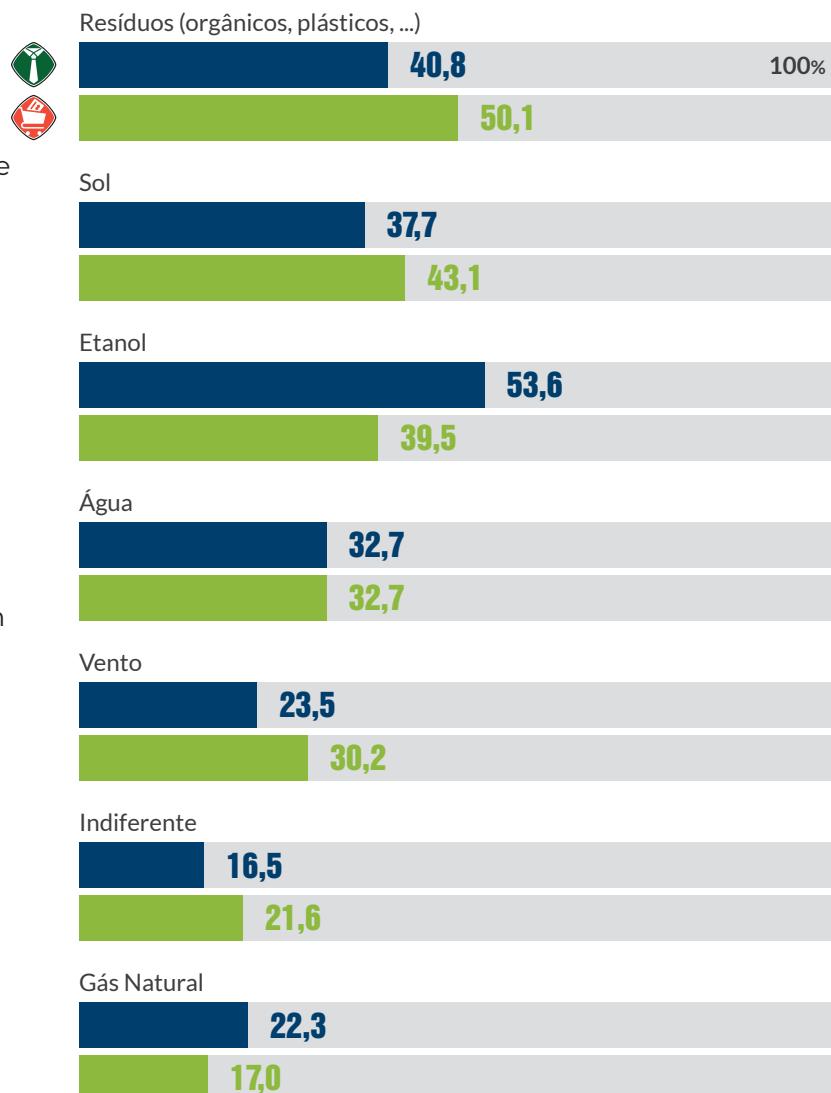
Veículos elétricos no Brasil



Supondo que haverá a produção de veículos elétricos a hidrogênio no Brasil, de quais fontes de energia o hidrogênio deveria ser produzido aqui? (Selecione até 3)

Hidrogênio já criou fama

De forma até surpreendente metade dos consumidores ouvidos pela pesquisa declarou conhecer o funcionamento de um veículo elétrico movido a célula de combustível a hidrogênio, demonstrando que esta tecnologia já cruzou a fronteira dos laboratórios, universidades e campos de prova – ainda que caiba ressalva de que parte dos entrevistados têm conexões com instituições de ensino. Na indústria esse conhecimento é amplamente majoritário. O etanol se destaca como opção de fonte de energia para produção de hidrogênio no País, assim como o aproveitamento de resíduos em geral e energia solar. As opções hídrica e eólica também foram bem lembradas, em especial pelos mais jovens.



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



Veículos elétricos no Brasil

Sociedade 5.0

Novamente indústria e consumidores têm uma visão comum, agora no que diz respeito a um conceito de mobilidade sustentável: ambos apontaram em grande maioria um cenário ideal, onde veículos com emissão zero são fabricados e abastecidos a partir de fontes renováveis. Mais do que uma utopia, esse quadro representa um anseio dos consumidores – particularmente dos mais jovens – que vem sendo percebido e absorvido pela indústria, notadamente mais dedicada ao aprofundamento de suas políticas ESG*. Há um longo caminho da teoria à prática, mas observa-se como nunca antes a atenção a um cenário mais amplo e amigável, incluindo, aí, rigorosas metas de sustentabilidade. O objetivo de conceder às pessoas e ao meio ambiente o papel de protagonistas diante das novas tecnologias automotivas sinaliza, ao menos, já estar traçado.

* Acesse conceitos, estudos e outros conteúdos a respeito de ESG em www.linkedin.cn/showcase/kpmg_esg/

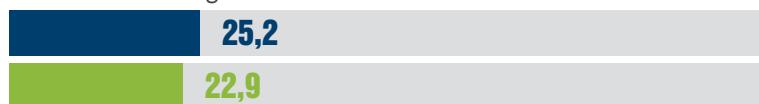


Qual definição abaixo melhor representa o seu conceito de mobilidade sustentável?

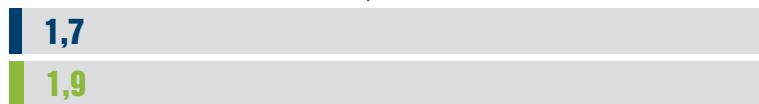
Veículos emissão zero



Veículos movidos com um combustível produzido através de fontes renováveis de energia



Veículos fabricados com matérias-primas renováveis



Veículos emissão zero, movidos com um combustível produzido através de fontes renováveis de energia e fabricados com matérias-primas renováveis



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Veículos elétricos no Brasil



Divulgação/Bosch

BESALIEL BOTELHO,
Presidente e CEO da Robert Bosch
Latin America

O foco global mudou para a descarbonização, e a partir do momento em que isso ocorreu o Brasil passou a ser um protagonista mundial no uso da biomassa. Poucos países têm essa fonte, e o Brasil precisa reconhecer que tem uma força muito grande, precisa se impor, mostrar a importância da visão do poço à roda e de gerar alternativas para a energia que moverá os veículos elétricos.

Os resultados da pesquisa não chegam a surpreender: a descarbonização é um tema muito importante hoje. O veículo híbrido vai nessa direção. Os elétricos ainda são caros, mesmo os menores. As montadoras já estão trabalhando em ofertas para atender as metas de eficiência e há vários projetos no sentido dos híbridos, especialmente em conjunto com o uso do etanol, que em si é até mais descarbonizante do que os 100% elétricos. O Brasil terá várias alternativas, espaço para todos e soluções para cada caso e necessidade, incluindo os ICE com tecnologia flex.

As respostas do estudo são o retrato do Brasil, que tem alternativas diversas de descarbonização – e que outros países que já investiram na eletrificação não têm. O País está na rota certa. Não há dúvidas de que o veículo elétrico virá: a questão é que tipo de energia será utilizada para alimentar o motor elétrico. As baterias ainda trazem dúvidas quanto a custo, reciclagem, impactos no meio ambiente etc. Há boas alternativas a elas, como a célula a hidrogênio e seu uso com etanol.

O processo de transformação do powertrain veicular de combustão interna para elétrico passa necessariamente por políticas de incentivo, tanto para comercialização quanto produção local. É o caminho para tornar a eletrificação viável. E isso deve ser feito tanto para a descarbonização quanto para o acompanhamento global da indústria automotiva local. É preciso que se faça isso conjuntamente, não adianta olhar só um destes temas isoladamente, como já ocorreu em outros mercados. Devemos aprender com essas experiências.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



CAOA CHERY

EM APENAS TRÊS ANOS,
REDEFINIMOS O MERCADO
AUTOMOTIVO BRASILEIRO.



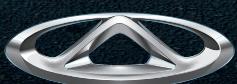
No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.



WWW.CAOACHERY.COM.BR



CONSULTE CONDIÇÕES

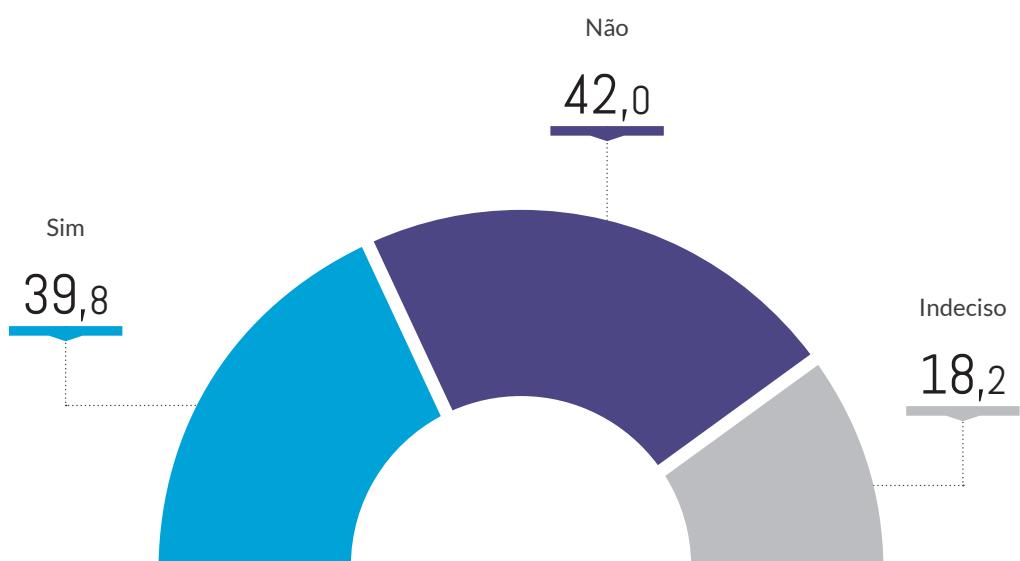


CAOA CHERY
QUALIDADE, TECNOLOGIA E DESIGN

O valor das informações

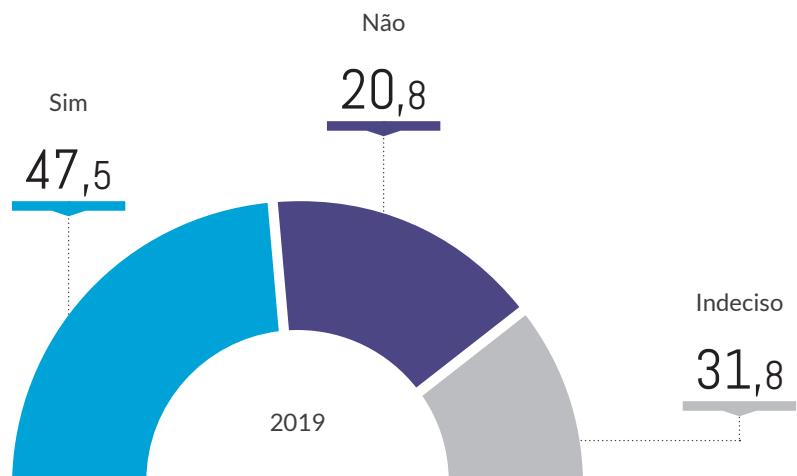


As pesquisas de mercado têm apontado a importância cada vez maior de uma eficiente gestão de dados sobre comportamento dos consumidores para o sucesso da estratégia de negócios das empresas. Considerando a realidade cultural brasileira, você acredita que os clientes estarão dispostos a permitir o acesso aos seus dados de forma gratuita? (%)



Uma nova percepção

De 2019 para 2021 houve uma mudança clara na forma com que a indústria enxerga a relação do cliente com seus dados. Na pesquisa passada a maior parcela (47,5%) acreditava que os consumidores permitiriam acesso gratuito a eles, enquanto agora a maior parte entende que não (42%).



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



O valor das informações

Então, qual seria o benefício recebido por permitir o acesso? Tanto executivos quanto consumidores entendem que a melhor contrapartida seria um desconto na compra – o fator bolso é preponderante, cenário visto também em 2019. Ainda que distante, também se destaca a possibilidade de acumular milhas em programas de fidelidade, sejam próprios ou de terceiros, indicando um canal que poderia ser explorado de forma mais aprofundada pela indústria.



Considerando a hipótese de que você só permita que as empresas utilizem seus dados mediante a concessão de algum benefício como contrapartida. No caso específico da indústria automotiva, qual seria sua ordem de preferência dentre as possibilidades abaixo? Minha 1^a, 2^a e 3^a opção são:

- 1^a Opção
- 2^a Opção
- 3^a Opção



Considerando a hipótese de que, de acordo com a realidade cultural brasileira, as empresas só conseguirão permissão para utilizar os dados dos consumidores mediante a concessão de algum benefício como contrapartida, no caso específico da indústria automotiva, qual seria a ordem de preferência dos clientes dentre as possibilidades abaixo? Minha 1^a, 2^a e 3^a opção são:

Desconto na compra de um veículo, acessório ou serviço

Opção	Porcentagem
1 ^a Opção	9
2 ^a Opção	12
3 ^a Opção	70

Acúmulo de milhas em um programa de fidelidade de terceiros (companhia aérea, rede de postos de gasolina, etc)

Opção	Porcentagem
1 ^a Opção	18
2 ^a Opção	30
3 ^a Opção	11

Acúmulo de milhas em um programa de fidelidade exclusivo

Opção	Porcentagem
1 ^a Opção	16
2 ^a Opção	22
3 ^a Opção	3

Sorteio de experiências exclusivas (visita à fábrica, test-drive em um autódromo, ingresso para shows, etc)

Opção	Porcentagem
1 ^a Opção	24
2 ^a Opção	15
3 ^a Opção	5

Acesso exclusivo a um serviço específico (aplicativo, upgrade no software do veículo, etc)

Opção	Porcentagem
1 ^a Opção	23
2 ^a Opção	17
3 ^a Opção	10

Recebimento de brindes exclusivos (bone, camiseta, chaveiro, etc)

Opção	Porcentagem
1 ^a Opção	10
2 ^a Opção	4
3 ^a Opção	2
4 ^a Opção	0
5 ^a Opção	4
6 ^a Opção	9

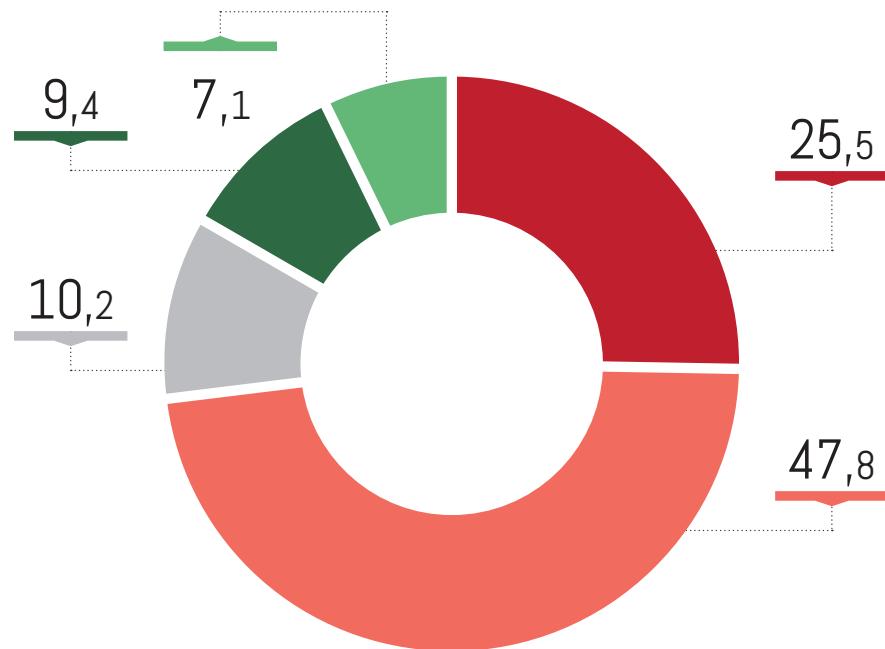
Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos! Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

O valor das informações



Considerando a hipótese da indústria automotiva ter acesso a informações que permitam compreender suas necessidades e preferências enquanto consumidor e com isso passe a lhe recepcionar nas concessionárias de forma customizada, recebendo-o pelo seu nome, preparando com antecedência os produtos, acessórios e serviços que mais lhe interessam para coloca-los à sua disposição. Qual sua opinião a respeito? (%)

- Concordo plenamente
- Concordo parcialmente
- Indeciso
- Discordo parcialmente
- Discordo plenamente



Cada cliente é um cliente

A absoluta maioria dos consumidores concorda, seja total ou parcialmente, com a possibilidade de empresas da indústria automotiva lhe atenderem de forma única e diferenciada a partir do fornecimento de suas informações pessoais. Este quadro é bem semelhante ao apresentado em 2019.

<30 anos



Entre 31 e 50 anos



>51 anos



100%

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

O valor das informações

Cliente é o guardião de seus dados

O nível de conscientização da indústria quanto à guarda dos dados do consumidor durante o uso do veículo cresceu nitidamente nos últimos dois anos. De 2019 para 2021 o porcentual de executivos a considerar que estes dados pertencem ao próprio consumidor avançou dez pontos, enquanto a fatia dos que veem a montadora como a guardiã caiu pela metade. Já nos consumidores percebeu-se uma consistência neste mesmo intervalo, com a ampla maioria novamente considerando-se guardiã dos próprios dados – e elencando a montadora apenas como a quarta de seis opções disponíveis.



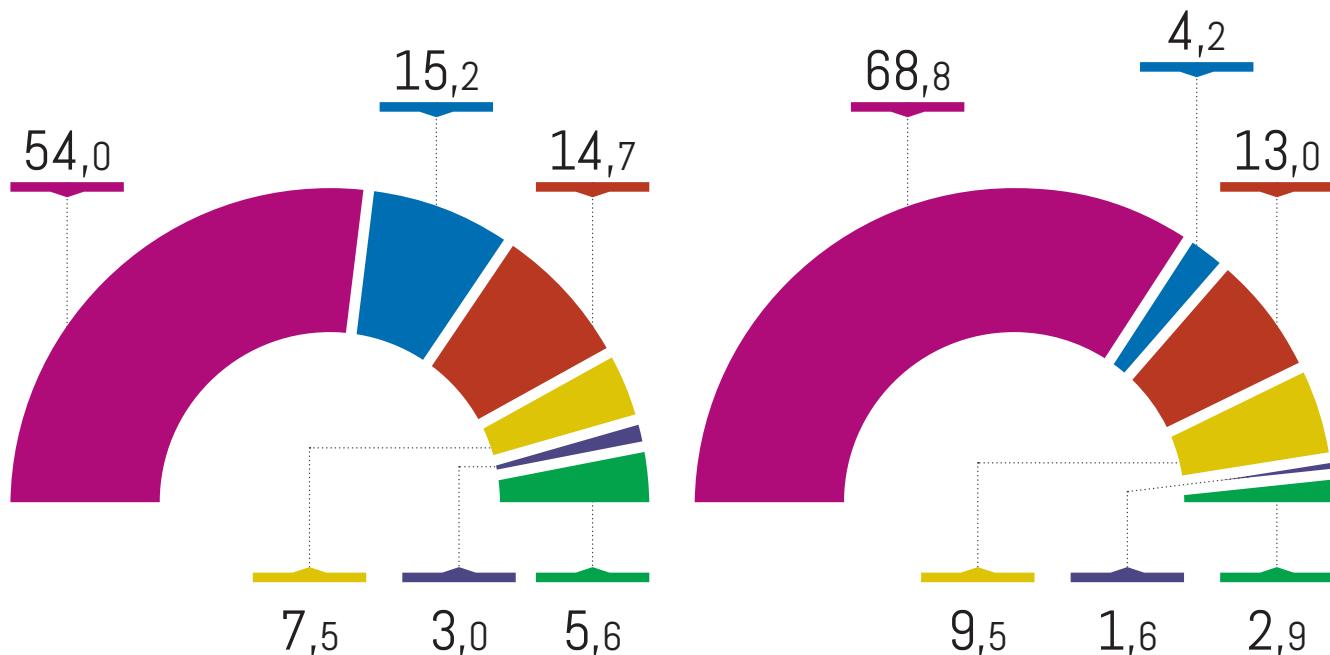
Considerando que veículos conectados serão capazes de gerar uma grande quantidade de dados dos clientes e dos próprios veículos. Quem você acha que deveria ser o guardião dos **DADOS PESSOAIS DO CONSUMIDOR**? (%)



Considerando que veículos conectados serão capazes de gerar uma grande quantidade de dados dos clientes e dos próprios veículos, quem você acha que deveria ser o guardião dos **SEUS DADOS PESSOAIS**? (%)

■ Proprietário do veículo
■ Montadora
■ Provedor de soluções de mobilidade

■ Empresa de tecnologia ou telecomunicações
■ Rede de concessionárias
■ Governo



Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.



O valor das informações



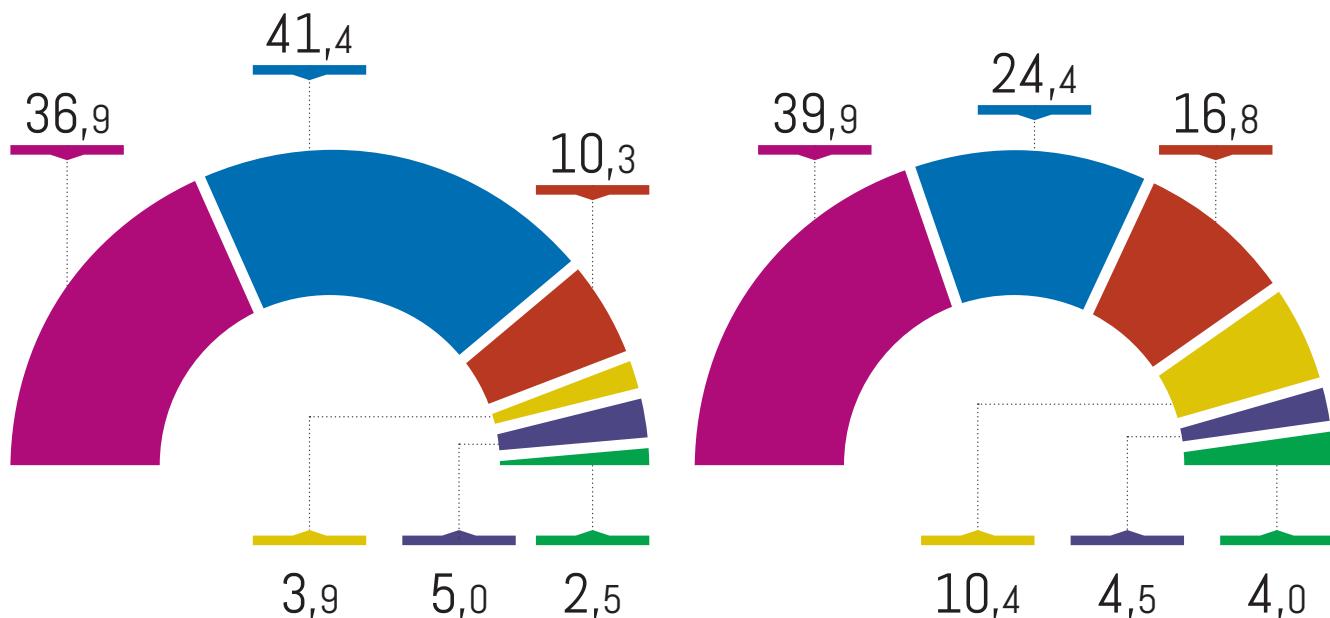
Ainda sobre a hipótese anterior, quem você acha deveria ser o guardião dos dados DO VEÍCULO? (%)

■ Proprietário do veículo
 ■ Montadora
 ■ Provedor de soluções de mobilidade



Ainda sobre a hipótese anterior, quem você acha deveria ser o guardião dos DADOS DO SEU VEÍCULO? (%)

■ Empresa de tecnologia ou telecomunicações
 ■ Rede de concessionárias
 ■ Governo



Quanto aos dados do veículo o movimento é semelhante, mesmo que aqui a montadora ainda lidera na visão dos executivos. O índice, porém, é bem menor do que em 2019 – então 54% e agora 41,5% –, enquanto a opção proprietário (ou usuário) cresceu de 26% para 37%. No caso dos clientes observa-se uma maior aceitação tanto das montadoras quanto de provedores de serviços de mobilidade e empresas de tecnologia, em uma conexão com aqueles que não têm a propriedade do veículo: se este for fruto de um serviço, ou seja, se não pertencer diretamente ao consumidor, ele aceita que os dados gerados sobre o veículo sejam de seu 'dono'.

É importante observar que a rede de concessionárias, mesmo sendo em geral a interface mais próxima do cliente, não é percebida por este como a guardiã ideal dos dados gerados a respeito do veículo.

Conectado com a mobilidade urbana, o Itaú traz soluções acessíveis para todos!
 Venha conhecer e saber mais acessando www.veiculos.itau.com.br.

Itaú Veículos
 O nosso negócio é viabilizar o seu.







Mobilidade urbana: mais um compromisso do Itaú.

A mobilidade urbana é um agente transformador das relações entre indivíduos e cidades. O nosso propósito é viabilizar o acesso das pessoas às diferentes soluções, de acordo com suas necessidades.

Conheça algumas iniciativas:



Financiamento
de veículos



ConectCar



Aluguel
de veículos



Vec Itaú



iCarros



Plataforma
de conteúdo
WTW Play

Para saber mais, acesse: www.veiculos.itau.com.br

Itaú Veículos
O nosso negócio é viabilizar o seu.

