DINO - Divulgador de Notícias

DPK realiza 1º Fórum de Inovação e adianta como a alta demanda tecnológica vai impactar o setor automotivo

Projeções da consultora Roland Berger estimam que o valor gasto pelo consumidor do mercado de reposição atingirá R$142 bi em 2020

17/10/2016 09:51:07

O mercado de autopeças têm crescido consideravelmente, e as previsões apontam que o gasto mundial do consumidor chegará a R$142 bilhões em 2020. A prática do mercado é fortemente influenciada pelo comportamento do comprador, e a cada dia é observado que os brasileiros estão abrindo mão de adquirir carros novos e optam por manter o que já tem, apenas realizando os reparos necessários. Apesar da crise econômica do país, o setor de autopeças está em evolução, aproveitando as oportunidades, mesmo que de curto prazo, para investir em produtos de qualidade e com preços acessíveis. Mas se comparado com o mercado internacional, o faturamento médio por veículos no Brasil ainda é muito baixo. A cadeia de reposição enfrenta alguns desafios que precisam ser entendidos e resolvidos.

A DPK, empresa do seguimento de reposição automotiva, realizou em outubro, na capital paulista, o 1º Fórum de Inovação. Com o tema “Novas tendências e tecnologias, carros conectados: Como estas mudanças vão impactar o mercado de reposição e o modelo de negócio”, foram reunidos presidentes e diretores das maiores fabricantes de produtos automotivos e o consultor sênior da Roland Berger, Frederik Eilers para debater sobre o que aguarda o setor automotivo no ano de 2017. O principal alvo de discussão foi a inclusão da tecnologia nos veículos e como as empresas estão se preparando para interagir com este novo meio.

A alta conectividade é cada vez mais exigida no mundo de hoje e, com a necessidade de aparelhos que respondam a demanda da nova geração, as empresas possuem a meta de se atualizar cada vez mais. “O impacto da digitalização nos players de peças de reposição possui três dimensões: venda online, oferecimento de serviços e modelo de negócios” explica Frederik. Em suma, é preciso que as grandes fabricantes invistam em tecnologia não somente nos produtos, mas também na forma de venda. Feita de maneira ágil e com poucos cliques, as empresas garantem um bom índice de lucro e um canal de venda de sucesso. “O mercado online é dominado por produtos de baixa tecnologia um exemplo é o site E-Bay motors, que lidera o mercado com 8,3 milhões de usuários únicos por mês”, fala Eilers.

Mas o movimento é mais complexo; também é preciso investir em novos modelos de negócios voltados para a utilização intensiva de dados. Sistemas inteligentes, com um alto padrão de conectividade podem ser facilitadores da manutenção preventiva, deixando o usuário mais atento as condições do veículo e melhorando o processo de identificação de problemas nas reparadoras. Apesar de carros conectados e interativos serem o sonho ideal, na América Latina eles ocupam um nicho de apenas 1% do mercado mundial. Para apresentar o posicionamento das empresas no mercado, os presidentes e diretores das empresas Bosch, Cobreq, Mann, MAHLE Metal Leve, Magneti Marelli-Cofap, Monroe Axios, Nakata, Petrobrás, PST, Sabó, Valeo e ZF TRW discutiram sobre a inevitabilidade de se prepararem para um processo de transformação, assim se adaptando as oportunidades que o mundo digital oferece, não correndo o risco de se tornarem obsoletas.