

## DIGITALIZAÇÃO

# 4 ESTRATÉGIAS PARA AS EMPRESAS AUTOMOTIVE SE TORNAREM INTELIGENTES



Nuno Figueiredo  
Board Member  
da Abaco Consulting

Apesar de continuar, em parte, associada a modelos tradicionais de negócio, desde o design, passando pelo financiamento, até à venda dos carros, neste momento, a indústria automotiva está a entrar numa nova Era, num novo mundo da mobilidade. As megatendências, como é o caso da condução autónoma, da mobilidade compartilhada e da eletrificação, estão a moldar a indústria e todo o ecossistema, em tempo real, e as empresas que querem atingir o sucesso não se podem dar ao luxo de abrandar.

A indústria automóvel foi historicamente reconhecida por ser pioneira no desenvolvimento de grandes avanços disruptivos em termos de melhoria da eficiência e da produtividade das linhas de produção, sendo que muitos deles foram posteriormente replicados, com sucesso, por outros setores. No entanto, são ainda vários os problemas que surgem associados à gestão da cadeia logística automóvel.

O fabrico de um automóvel é um processo complexo e moroso, sendo um desafio para os fabricantes, mas também para os responsáveis logísticos, no qual exige uma grande rapidez e precisão de todas as operações. Desta forma, é fundamental ter um serviço dedicado, no qual exista uma estreita colaboração entre o operador logístico e o fabricante para que se consiga uma troca de toda a informação, dando primazia ao just in time ou mapear os riscos e definir os planos de contingência salvaguardando os problemas que podem acontecer.

Segundo a Comissão Europeia, a área auto-

motiva é crucial para a prosperidade do continente europeu. O setor automóvel proporciona empregos diretos e indiretos a 13,8 milhões de europeus, o que representa 6,1% do emprego total da União Europeia. 2,6 milhões de pessoas trabalham na produção direta de automóveis o que se traduz em 8,5% do emprego total da União Europeia na indústria transformadora. Para além disto, a União Europeia encontra-se entre os maiores produtores mundiais de

automóveis e o setor representa o maior investidor privado em investigação e desenvolvimento (I&D).

Perante este cenário, é inquestionável a importância que esta indústria tem para a sociedade e que a tecnologia tem para a indústria, sendo um dos principais aliados na gestão de processos ao longo dos últimos anos. O que antes era realizado em dias, ou até mesmo meses, hoje já pode ser solucionado em poucos minutos, sendo que o desenvolvimento tecnológico na indústria passou a ganhar cada vez mais força, permitindo o desenvolvimento de uma nova Era para o setor. No entanto, apesar desta evolução bastante notória, só isto já não é suficiente, é necessário evoluir mais!

Por exemplo, quando falamos das smart cities do futuro devemos sempre ir mais além dos conceitos de mobilidade individuais baseados na posse de um veículo. O paradigma está a mudar desde a otimização dos fluxos de tráfego, dando a possibilidade às pessoas de estar onde querem ou precisam através de diferentes opções de serviços de mobilidade possíveis.

Neste sentido, identificamos 4 estratégias de sucesso que podem proporcionar a criação de modelos de negócio totalmente disruptivos:

## 1. Centralidade no cliente

Descobrir as necessidades e prioridades relativamente à mobilidade de cada cliente, família ou empresa permite criar uma nova perspetiva sobre as oportunidades de negócios no mundo móvel, proporcionando maior conhecimento dos públicos, satisfação do cliente e fidelidade à marca.

## 2. Serviços de mobilidade

Ampliar a visão do veículo e da indústria automotiva para as soluções de mobilidade

poderá promover diferentes ecossistemas e abrir novos fluxos de receita. Devemos, portanto, olhar para os serviços de mobilidade sustentável, mobilidade compartilhada ou até mesmo mobilidade conectada como o futuro do planeta.

## 3. Carros conectados

O conceito de carro conectado está associado a um veículo com acesso à Internet ou uma rede de área local sem fios. Ou seja, vai para além da tradicional ligação de um sistema multimédia do veículo a um smartphone, passa sim por dar origem a uma comunicação externa, uma troca de dados, permitindo também a comunicação Car-To-Car (C2C) e Car-To-Infrastructure (C2I).

Esta estratégia pode englobar múltiplas inovações, desde ter acesso a música ou rádio no carro (via internet), ou até mesmo tecnologias mais sofisticadas, como é o caso dos sistemas avançados de assistência à condução (ADAS). O mundo conectado cria, todos os dias, novas ideias e desejos e transforma cada carro numa plataforma de entretenimento, produtividade e mobilidade.

## 4. Cadeia de suprimentos digital e fábricas inteligentes

A aceleração dos ciclos de inovação exige cadeias de suprimentos digitais responsivas que utilizem tecnologias inteligentes para garantir fluxos rápidos com alta qualidade, o que consequentemente irá resultar no aumento da produtividade, flexibilidade e novas dimensões no atendimento ao cliente. No mundo digital automatizado, atrair e reter uma força de trabalho altamente qualificada e interessada na empresa são fatores-chave para a inovação, sucesso e inteligência da organização.

Desta forma, podemos concluir que para atingir este nível de inteligência organizacional, as empresas do setor automotivo necessitam de adquirir ferramentas que as ajudem a agilizar todos os seus processos, de modo que consigam ter uma gestão integrada de toda a informação. Se antes os processos realizados em ambiente fabril eram permeados por falhas humanas e técnicas - uma vez que existiam dificuldades em ter um controlo completo e bem estruturado de todas as fases de produção - com o passar dos anos têm sido a ser criadas ferramentas tecnológicas que possibilitam uma gestão mais eficiente, integrada e, consequentemente, uma tomada de decisão mais assertiva e informada. ■