

## DO "FINANCIAL TIMES"

Cada dia traz uma nova forma de desordenamento ao setor automobilístico dos EUA: uma nova rivalidade com os serviços de carros, um novo táxi autoguiado, uma nova previsão sobre o fim do mundo automotivo na forma pela qual o conhecemos.

Enquanto toda uma geração cresce já acostumada aos hábitos da economia do compartilhamento, a sabedoria convencional diz que, por isso, os jovens comprarão menos carros, o que deve deprimir as vendas nos EUA. Mas analistas afirmam que a conclusão de que o sonho norte-americano de consumo automobilístico em massa chegou ao fim não procede: há muitos motivos para que os norte-americanos compartilhem carros, ou corridas de táxi, mas o número de razões —de econômicas a emocionais— para que não o façam continua a ser grande.

A maioria dos automóveis fica parada a maior parte do dia, e por isso os argumentos econômicos em favor do compartilhamento são evidentes. Nas áreas urbanas congestionadas, ter um carro particular significa pagar preços astronômicos pelo estacionamento e desperdiçar tempo em congestionamentos. Apesar disso, Michelle Krebs, do site Auto Trader, cuja companhia irmã, Kelley Blue Book, recentemente pesquisou sobre as atitudes dos norte-americanos quanto ao compartilhamento de automóveis, diz que "os maiores usuários de serviços de carros compartilhados —os membros urbanos da geração milênio— também estão entre as pessoas mais determinadas a comprar automóveis". Na geração Z, que abarca os adolescentes atuais, 92% dos entrevistados disseram que planejam comprar um veículo, segundo pesquisa da KBB. "Isso é um bom indicador quanto às compras de automóveis", diz Krebs.

Mas o custo continua a ser problema, afirma, acrescentando que mais de metade dos entrevistados em pesquisa recente da Cox Automotive mencionou que o principal motivo para não ter um carro é que não podem arcar com o custo —a existência de alternativas de compartilhamento não é fator dominante.

E, à medida que os membros da geração milênio se casam, começam famílias e ingressam nos anos de maior faturamento, as montadoras dizem que eles compram carros em proporções semelhantes às de gerações anteriores.

"Ainda que o compartilhamento deva se expandir de maneira rápida e ampla, terá efeito mínimo sobre as vendas de carros novos, tanto porque a maioria dos motoristas não abrirá mão completamente de ter um carro quanto porque as vendas de carros para as frotas de compartilhamento compensarão parcialmente a diferença", o relatório conclui.

Em longo prazo, o compartilhamento de carros e veículos autoguiados desordenarão a indústria que Henry Ford criou. Mas talvez ainda seja cedo para determinar qual exatamente será a dimensão desse deslocamento.

Tradução **PAULO MIGLIACCI**

Fonte: Folha de S.Paulo, 8 de setembro de 2016.