

Na GM, agora Ásia rima com América Latina

Marli Olmos

O inglês Nick Reilly tem pela frente o que ele próprio considera um dos maiores desafios na presidência mundial das operações internacionais da General Motors, cargo que acaba de assumir. O executivo quer encontrar a maior sinergia possível entre as operações da empresa na Ásia e na América Latina para não apenas criar os futuros modelos de veículos como também aproveitar todas as oportunidades de aumento da rentabilidade da companhia fora do desgastado mercado dos Estados Unidos.

Exatos 35 dias depois de concluída a reestruturação da companhia da qual surgiu a chamada nova GM, Reilly escolheu o Brasil como destino da sua primeira viagem no novo cargo. Na passagem de apenas dois dias pelo país, o executivo disse que precisa "conhecer rapidamente" a região, que ele vê com papel de peso no desenvolvimento dos futuros produtos da GM.

Ele lembrou que a companhia passará por um processo agressivo de desenvolvimento de produtos nos EUA. Por isso, também buscará melhorar a rentabilidade no restante do mundo. Hoje, Ásia e América Latina são as únicas lucrativas. "O maior desafio [no novo cargo] é criar veículos que atendam às necessidades de cada país", completou. Daí a busca pela sinergia entre Ásia e Brasil, onde estão os melhores centros de desenvolvimento de produtos da GM fora dos Estados Unidos.

Na reestruturação, que envolveu a recuperação judicial nos Estados Unidos, a GM dividiu suas atividades em apenas dois blocos: América do Norte e operações internacionais. Todas as filiais fora da América do Norte passam a ser comandadas a partir de Xangai, onde fica Nick Reilly. Em suas mãos está mais da metade dos negócios da companhia. As operações internacionais representam 65% das vendas mundiais da montadora.

Mas esta não será a primeira vez que Reilly é exposto a um grande desafio. Nos últimos sete dos 34 anos de trabalho na GM, a carreira desse executivo de 59 anos tem dado boas guinadas. A principal foi em 2002, quando ele teve de se mudar da Europa para a Coreia do Sul com a missão de constituir uma nova empresa a partir da compra da Daewoo pela GM.

A Daewoo, antes de pertencer à GM, foi arruinada por escândalos envolvendo a direção da empresa, que escondeu dos consumidores defeitos nos automóveis. Agora, no entanto, a empresa é exemplo de fabricante de baixo custo e ajudou a companhia americana a dar um salto nos mercados asiáticos.

Criado nas pranchetas da engenharia sul-coreana, o modelo Spark, produzido também na Índia, é hoje o carro mais barato da linha GM. Custa na Ásia a média de US\$ 5,5 mil. Cogita-se que o sucessor do Celta brasileiro será baseado nesse veículo.

Mas o preço do carro mais barato da GM está ainda longe dos modelos indianos de US\$ 2,5 mil, que empresas como a Tata começam a mostrar. Reilly considera um desafio para a GM encontrar carros de baixíssimo custo, embora ele acredite que a companhia americana não atuará numa faixa de preços tão baixa como os indianos.

Ao mesmo tempo, a GM já começou a exportar a partir da Ásia. Segundo Reilly, a empresa já enviou para o Peru algumas unidades de um utilitário que na Ásia custa US\$ 4,5 mil. Não está ainda decidido se o mesmo tipo de veículo virá para o Brasil.

Já o carro elétrico não deve ser lançado em mercado emergentes no curto prazo, segundo o executivo, a não ser, ponderou, apoiado por incentivos dos governos. O alto custo das baterias ainda em fase de desenvolvimento para os modelos elétricos, que chegarão aos Estados Unidos em 2010, inviabiliza a comercialização desse automóvel em mercados mais pobres.

No Brasil, Reilly mostrou-se entusiasmado com os projetos do centro de desenvolvimento de veículos da GM em São Caetano do Sul (SP). "Há empolgantes programas para vários anos",

disse. Para ele, o reforço de investimentos de US\$ 1 bilhão, anunciado pela filial brasileira há um mês, vai "acelerar" ainda mais a criação de carros na região.

No mapa que começa a ser desenhado no mercado mundial de veículos, Reilly também vislumbra mais espaço para alianças entre as montadoras. "As empresas não vão conseguir obter a tecnologia necessária sozinhas", afirmou. A própria GM está prestes a vender o controle da sua divisão europeia, a Opel.

Faz três anos que Reilly mudou-se da Coreia para a China. Bem-humorado, o executivo contou que assim como aconteceu com o idioma coreano, em chinês ele só sabe cumprimentar as pessoas e pedir uma cerveja. Mas parece que a falta de conhecimento do idioma local não é um impedimento para esse executivo. Em menos de uma década, a participação da GM nas regiões do bloco Ásia/Pacífico saltaram de 1% para 8%.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 17 ago. 2009, Empresas & Tecnologia, p. B8.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais