

Destruição criativa?

INDÚSTRIA AUTOMOTIVA A crise financeira internacional precipitou a reorganização da produção de veículos. Espera-se que rumo a um modelo mais sustentável

POR ANDRÉ SIQUEIRA

CASH FOR CLUNKERS (dinheiro por sucata, em português) é o nome genérico para os programas de troca incentivada de carros velhos por novos, utilizados por países como Estados Unidos e Alemanha numa tentativa de recuperar suas combalidas indústrias. O termo também se encaixaria como uma luva à atual fase de transformações do setor automobilístico global. Os governos gastam bilhões de dólares para tentar dar feições de zero quilômetro a companhias que se recusaram a encarar a nova realidade do mercado e viraram ferro-velho.

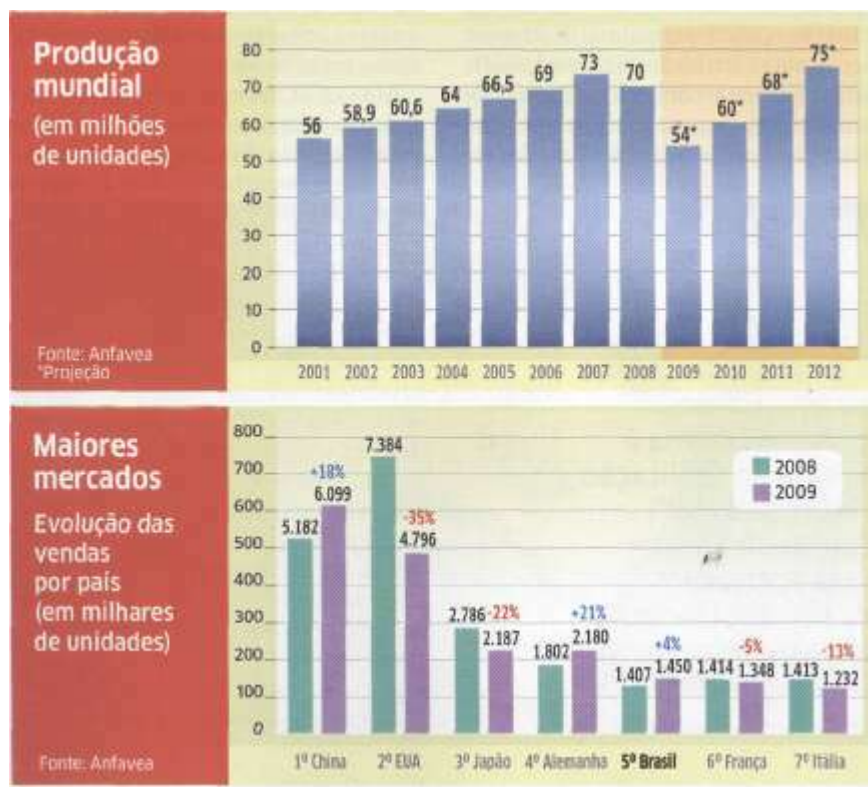
Nenhum setor, do lado real da economia, foi tão atingido pela crise financeira internacional quanto a indústria automotiva. Queda nas vendas, demissões, concordatas e falências são os impactos visíveis sobre as empresas e os mercados. Mais profundas, e por vezes menos aparentes, são as transformações que prometem não só alterar definitivamente os processos e o tipo de produto que sai das linhas de montagem, mas também deslocar os eixos geográficos de fabricação e consumo dos veículos automotores.

Não é de hoje que a indústria busca motores mais econômicos e menos poluentes, assim como combustíveis alternativos, extraídos de fontes renováveis. Pode-se alegar que as montadoras asiáticas iniciaram a ofensiva sobre o Ocidente ainda na década de 70, quando as japonesas iniciavam a invasão do mercado norte-americano. E que as econo-

Os fabricantes vão se deslocar para os países emergentes, enquanto os carros serão menores e menos poluentes

mias emergentes tendem a atrair cada vez mais a atenção das multinacionais. Mas não há como negar que todas essas transformações foram precipitadas pelo tsunami que varreu os mercados internacionais em 2008. Passada a grande onda, pode ser cedo para dizer se o setor continuará sob marcação cerrada de credores, governos e consumidores. Mesmo assim, tornam-se cada vez mais aparentes os contornos do futuro da indústria automotiva global.

Só as montadoras capazes de responder



às reais necessidades do mercado vão sobreviver, sem apoio governamental, ao mergulho global das vendas desde o último trimestre de 2008. A escalada dos preços do petróleo, iniciada meses antes do estouro da bolha que vinha impulsionando o consumo desde o início da década, apontava o norte que poucas foram capazes de seguir. De acordo com a consultoria PricewaterhouseCoopers, a crise deverá deixar às montadoras um impensável excedente de capacidade de produção de 33 milhões de unidades em 2009, quando um total de 54,1 milhões de veículos será produzido.

Um estudo do Boston Consulting Group, apresentado no simpósio Tendência e Inovação da Sociedade de Engenheiros da Mobilidade (SAE Brasil), em 31 de agosto, mostra que o peso dos mercados de Brasil, Rússia, Índia e China, o chamado BRIC, na demanda mundial por automóveis deverá subir de 9,8%, em 2001, para 27,8%, até o fim deste ano (tabela à pág. 78). Outra consultoria, a Booz & Company, analisou a participação das montadoras de países emergentes no mercado mundial e previu que a fatia vai mais do que triplicar em pouco mais de uma década, de 9% em 2006 para 32% em 2020.

O Brasil, por exemplo, evoluiu da 12ª posição no ranking dos maiores mercados mundiais de veículos, em 2002, para o quinto lugar, no ano passado. Está atrás apenas de Estados Unidos, China, Japão e Alemanha, nesta ordem. "Há uma mudança na posição relativa dos jogadores do mercado automotivo, com a entrada de participantes que nem sequer eram considerados antes. O governo chinês anunciou que quer ter duas ou três montadoras capazes de competir globalmente", diz a vice-presidente da Booz & Company, Letícia Costa.

Neste início de setembro, a chinesa Geely ameaça chegar mais ao norte do planeta do que qualquer outra montadora emergente: sustenta o único lance para a aquisição da Volvo, sediada em Estocolmo, na Suécia, e hoje sob controle da Ford. Vale lembrar que, há pouco mais de um ano, a indiana Tata Motors surpreendeu o mundo ao arrematar as marcas Jaguar e Land Rover, também compradas da montadora americana.

Embora continue a flertar com as caminhonetes e as pesadas SUV (sigla para



MARK LEMBUH/AP

Ferro-velho.
Os governos subsidiam a troca de usados por modelos novos

Sport Utility Vehicles, por aqui conhecidas como veículos utilitários), a Ford optou por investir fortemente em tecnologias alternativas de abastecimento. Além de lançar uma versão com baterias da SUV Escalade - e tornar o modelo capaz de rodar 14 quilômetros com um litro de gasolina, pouco mais do que um carro popular -, a companhia optou por oferecer versões híbridas de modelos como o Focus e o Fusion.

A Ford seguiu o exemplo da japonesa Toyota, primeira montadora a emplacar um sucesso comercial com tecnologia híbrida, o Prius, e líder mundial do setor desde o ano passado. E tornou-se a única das grandes montadoras americanas a não precisar, até agora, recorrer ao apoio do governo para sobreviver. De quebra, elevou em 2 pontos percentuais sua participação no disputado mercado interno dos EUA.

A montadora avança na criação de uma plataforma mundial de compras, ou seja, quer se concentrar em poucos fornecedores, capazes de vender componentes a preços mais baixos. "Inovação não é só ter idéias, é conseguir dar a elas um uso comercial", prega o presidente da Ford no Mercosul, Marcos de Oliveira. Mas há quem acredite que simplesmente fazer o mesmo de uma maneira mais sintonizada com as aspirações do consumidor não será o bastante para se manter na ponta da competição global.

Veja o exemplo dos mercados em desenvolvimento, em que a relação entre o número de veículos e habitantes é muito inferior à americana ou à européia, o poder de compra é reduzido e os espaços nas ruas são restringidos pela infraestrutura deficiente. Não é difícil imaginar que será mais fácil abastecê-los com o pequeno Nano, da Tata, oferecido na Índia por 2,5 mil dólares, do que com um utilitário de tecnologia híbrida da Ford.

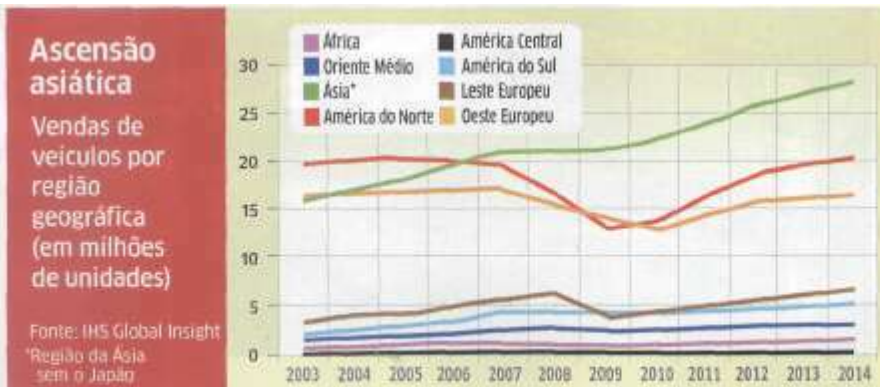


Para assumir uma posição de destaque no mercado mundial, o Brasil precisa ganhar escala e elevar a exportação

Esforço. A Ford mantém os carros grandes, mas investe em tecnologias alternativas, como no modelo Fusion.

Os países que tradicionalmente dominavam a manufatura de veículos tentam agora defender como podem as companhias e os mercados domésticos. Os números mais favoráveis da Ford e de muitas concorrentes no mercado americano devem muito ao *cash for clunkers*, que concedeu quase 3 bilhões de dólares em incentivos à renovação da frota. Dez vezes esse valor é o que o governo dos EUA terá gasto, até 2011, para livrar da bancarrota a GM, um símbolo nacional. De quebra, assumiu a maior parte das ações do grupo.

Os europeus também lançaram mão de programas de incentivo às trocas de veículos. Mas os próprios governos advertem que as iniciativas são temporárias, e



A fatia dos BRIC

	2001	2008	2009
China	3,7%	13,0%	16,7%
Rússia	2,1%	4,6%	3,2%
Brasil	2,7%	4,1%	4,7%
Índia	1,3%	2,6%	3,2%
Participação das vendas mundiais	9,8%	24,3%	27,8%

Fonte: The Boston Consulting Group

não garantem a demanda a longo prazo. O objetivo é dar fôlego para as empresas fazerem os ajustes necessários.

O diretor-associado da IHS Global Insight na América Latina, Guido Vildoza, acredita que as margens apertadas e a volatilidade das vendas vão levar a um movimento de fusões e aquisições capaz de redesenhar a indústria automotiva global nos próximos anos. Outra forte tendência será a concentração da produção em um número reduzido de fábricas e fornecedores, para garantir a competitividade. "Até 2015, quase metade dos carros será produzida em plataformas para mais de 1 milhão de unidades", prevê.

Escala passará a ser o nome do jogo nos países emergentes, candidatos naturais a importantes centros de produção ou de importação de veículos. O Brasil pode, na avaliação de Vildoza, ter um papel de destaque na indústria automotiva do futuro. "É uma grande oportunidade, mas será preciso reduzir a dependência do mercado local, ampliar as exportações e baixar os preços dos modelos produzidos aqui. Assim, pode subir para a segunda ou terceira posição entre os maiores produtores do mundo", afirma o consultor.

Para o presidente da Fiat, Cledorvino Belini, o desafio para o Brasil é evoluir dos atuais 3 milhões de unidades produzidas ao ano para 5 milhões. "Ainda nos faltam uma política industrial integrada e investimentos em inovação", diz o executivo. Entre os poucos mercados no mundo a crescer durante a crise e com uma frota que incorporou com sucesso o etanol à base de cana-de-açúcar, o País conquistou certo prestígio nas matrizes das multinacionais que mantêm operações locais. Mas o fez à base de renúncia fiscal. Foram 4 bilhões de reais da União e outros 4 bilhões do governo de São Paulo.

O mercado local também despertou o apetite das montadoras asiáticas. Ainda não está claro se vão trazer mais investimentos produtivos ou se vão se limitar a vender por aqui os veículos fabricados lá fora. O exemplo brasileiro ilustra bem a importância de olhar com cuidado o futuro da indústria automobilística mundial. Os participantes dessa disputa estão diante de uma encruzilhada que pode conduzir tanto a um beco sem saída quanto à longa estrada da produção sustentável.

Anúncio