Modelos veteranos dominam o mercado
Marli Olmos

Automóveis lançados há mais de 14 anos representam mais de um terço das vendas no Brasil

Na próxima semana a Fiat fará uma grande festa na paradisíaca Praia do Forte, na Bahia, para apresentar seu novo carro: o Uno. Pode soar estranho fazer alarde para exibir um modelo lançado há 26 anos. Mas a Fiat tem razões para celebrar. Sem o Uno, a marca não seria líder do mercado. Apesar da invasão de novos modelos nas ruas brasileiras, 33% dos vendas de automóveis no país em 2009 foram modelos lançados há pelo menos 14 anos.

Não são muitos que ostentam essa supremacia. Juntos, Uno e Gol - o carro mais vendido no país desde 1986 - conseguiram em 2009 um volume de vendas superior à soma dos mercados inteiros de Portugal, Holanda, Áustria e Hungria (471 mil unidades). Somente com seus dois campeões de vendas - Uno e Palio - a Fiat conseguiu abocanhar no Brasil metade do que todas as marcas venderam na Itália.

Quando se juntam as vendas de apenas quatro carros lançados no país há pelo menos 14 anos - Gol, Uno, Palio e Corsa/Classic - chega-se à soma de 813 mil, o que equivale a 32,5% do mercado brasileiro de automóveis em 2009 (2,5 milhões).

Para quem gosta de números, esses veteranos esbanjam em inúmeras comparações de grandeza, como a constatação de que com apenas três meses adicionais, o volume do Gol no Brasil em 2009 seria igual à venda total de automóveis na Argentina no mesmo ano.

O que leva um país como o Brasil, quinto maior mercado de veículos do mundo, cobiçado por todos os fabricantes de veículos da Europa, Ásia e Estados Unidos, a ter os modelos que se eternizaram no topo da lista dos mais vendidos?

O gerente de planejamento de marketing da Volkswagen, Fabrício Biondo, aponta três pilares básicos para explicar por que tantos consumidores preferem os carros que ele chama de "duradouros": custo/benefício, confiança e expectativa de gastar pouco com a manutenção e ganhar mais na revenda do veículo.

"Quem compra um veículo assim não quer errar", afirma o executivo, orgulhoso com a perenidade não apenas do Gol, entre os carros de passeio, como a Kombi, o utilitário mais antigo da marca e do país. A Kombi, primeiro veículo a ser produzido no Brasil (antes mesmo do Fusca), já acumula 53 anos ininterruptos no país.

Os campeões de vendas são, portanto, os preferidos de quem evita se arriscar muito e não quer saber de ter muito trabalho. É o sujeito racional, define Biondo. "Esse tipo de carro o dono defende até debaixo d'água", afirma o executivo. Não é a toa que a maior parte atrai uma legião de fãs, que cria clubes de apaixonados pelos modelos. Este mês, a Volks lançou um concurso para comemorar os 60 anos da Kombi no mundo. Por meio de um site, o interessado conta um episódio com o tema "Uma história que vivi com a Kombi". O autor da melhor história levará para casa uma Kombi zero quilômetro.

Abril também foi o mês de celebração dos 30 anos do Gol. Lançado em 1980, o modelo desenvolvido pela engenharia brasileira está na quinta geração. Gerações de equipes de desenhistas e engenheiros que passaram pela Volkswagen do Brasil se orgulham do que costumam apontar como o melhor caso de sucesso de um veículo no país.

Mas nem sempre basta querer vender bem um carro da forma como ele foi lançado. Quando o Gol chegou na quinta geração, a Volks fez uma drástica mudança no veículo. Mudou design e até a plataforma. O maior desafio da marca foi manter a identidade do modelo. Biondo se diz satisfeito com os resultados. O modelo continua no primeiro lugar dos mais vendidos.

A Fiat adotou uma estratégia semelhante com o Uno. Mudou a cara do carro, tentando manter o estilo de modelo quadrado, em formato semelhante, segundo dizem no mercado, ao de uma

Publicação autorizada e exclusiva para fins educacionais

bota. Desde 1984 foram produzidos no Brasil 2,93 milhões de unidades do Uno, das quais 2,69 ficaram no país. No meio da história do Uno surgiu a versão Mille, em 1993, que marcaria, ao lado do Fusca, a criação do carro popular, beneficiado por uma tributação mais baixa. O surgimento do Palio, em 1996, provocou dúvidas em relação à continuidade do Uno. Na Ford, o Escort sobreviveu 17 anos, num total de 976 mil unidades vendidas.

Na General Motors, o Astra também está completando 15 anos, apesar de a empresa ter mudado totalmente as características do modelo no lançamento da última versão. O Classic, versão do que sobrou da antiga linha do Corsa, também foi relançado há cerca de 15 dias. A GM está habituada a modelos duradouros. Foi assim com o seu primeiro, o Opala, vendido entre 1968 e 1992. O Chevette, que somou a venda de 1,6 milhão de unidades, resistiu de 1970 a 1993. O Monza também ficou na história, com 850 mil veículos produzidos entre 1982 e 1996.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 30 abr., 1 e 2 maio 2010, Empresas & Tecnologia, p. B7.

A utilização