

Seu próximo carro será chinês?

Ralphe Manzoni Jr.

A China é o maior mercado automobilístico do mundo. Agora, os fabricantes do país miram a expansão internacional. Será que repetirão o caminho de japoneses e coreanos?

Há um bordão, repetido por executivos da indústria automobilística da China, que soa quase como um mantra budista. Se os japoneses demoraram 30 anos para conquistar a confiança do consumidor mundial e os coreanos, 15, os chineses vão conseguir tal feito em apenas cinco anos. A previsão é baseada em uma premissa simples.



Mosaico com logotipos de carros chineses. Com mercado fragmentado, há 118 empresas que fabricam veículos na China

A China se transformou na grande fábrica do planeta. Quase tudo que é produzido no mundo sai de uma planta industrial do país. Os chineses conquistaram a liderança mundial no setor automobilístico em 2009, quando venderam 13,6 milhões de veículos, ultrapassando os EUA. Logo, é uma questão de tempo para que seus veículos comecem a invadir o mercado global. Como todo sofisma, este parece lógico e verdadeiro. Mas há sérias dúvidas se o país asiático repetirá o caminho trilhado pelos japoneses e coreanos em tão curto espaço do tempo.

As muralhas a serem ultrapassadas, neste caso, ainda são muitas. A começar pelo design. O carro mais vendido da China é o F3, da BYD (Build Your Dreams), empresa que tem o norte-americano Warren Buffett como investidor. Ele é inspirado no Toyota Corolla. E este não é um exemplo isolado.

No Salão do Automóvel de Pequim, que é considerado um dos mais importantes do mundo, é fácil encontrar carros copiados de marcas mais famosas. O Tiggo, da Chery, que já é vendido no Brasil, mescla a carroceria do Honda CR-V com detalhes de Toyota RAV4. A JAC, que começará a comercializar seus veículos no mercado brasileiro em 2011, conta com modelos que lembram carros da Mercedes-Benz e da Toyota.



O fim das pedaladas: em Pequim, as tradicionais bicicletas perdem espaço para os carros. Avenidas estão sempre congestionadas

A Geely, que comprou a Volvo por US\$ 1,8 bilhão em março, tem um modelo igual ao Rolls-Royce. Até mesmo os logotipos das fabricantes chinesas guardam uma impressionante semelhança com as logomarcas de seus concorrentes ocidentais (confira o mosaico na abertura dessa reportagem).

O próprio consumidor chinês parece preferir os carros de montadoras internacionais. Apenas duas entre as dez empresas que mais venderam no primeiro trimestre de 2010 são do país.

E a história mostra que os fabricantes que foram bem-sucedidos na exportação de carros só conseguiram tal feito após conquistar uma posição forte em seu mercado local.

Quando a Toyota superou a GM e se tornou a maior empresa do setor automobilístico, suas vendas representavam quase 50% do mercado japonês. A China tem ainda uma indústria fragmentada, com 118 fabricantes domésticos, um cenário que lembra o mercado americano no início do século 20. A consolidação, acreditam os especialistas, começa nos próximos anos.



Não é mera coincidência: O F3, da BYD (à dir.), é o carro mais vendido da China. Seu

design é inspirado no Toyota Corolla. A prática ainda é bastante comum entre os fabricantes do país

Os mais fortes candidatos a liderar o processo de consolidação no mercado chinês têm planos de expansão internacional ambiciosos. A Chery, principal montadora independente do país, contratou o argentino Lionel Messi, eleito o melhor jogador do mundo pela Fifa no ano passado e astro do time espanhol Barcelona, para ser seu garoto-propaganda pelo mundo.

A meta é exportar 100 mil carros para 70 países, incluindo o Brasil, em 2010, disse à DINHEIRO Zhou Biren, vice-presidente da empresa. A Geely divulgou planos de produzir dois milhões de carros até 2015. Metade deles deve ser vendida fora da China, informou Victor Yang, diretor da companhia, à DINHEIRO. A BYD vai começar a exportar seu carro elétrico para os EUA até o final de 2010. O chairman da fabricante, Wang Chuanfu, que já foi o homem mais rico da China, afirmou que quer transformar a BYD na maior fabricante mundial de carros até 2025.

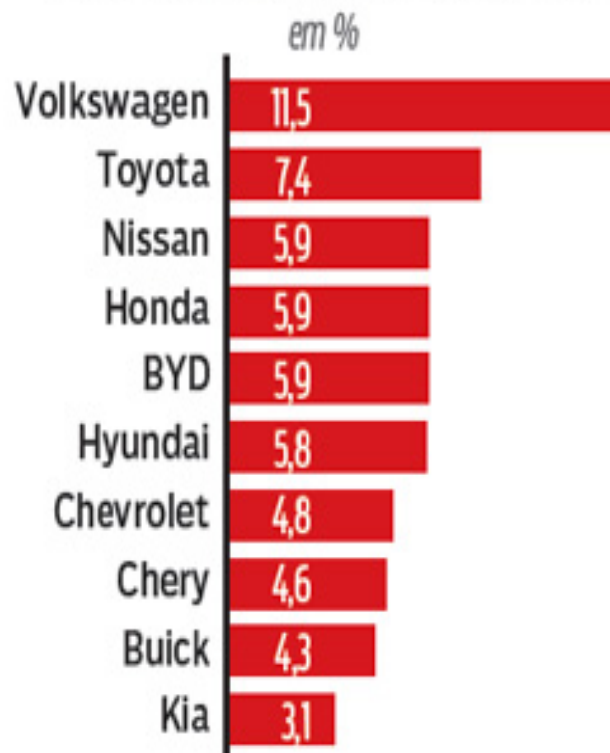


O astro do Barcelona Lionel Messi é o novo garoto-propaganda da chinesa Chery

Essa ambição global esbarra também na dificuldade em falar inglês. No Salão do Automóvel, a maioria dos materiais entregues aos jornalistas era em mandarim. "Sorry, sorry, no english", com sotaque carregado, era o som em inglês mais ouvido nos corredores. Outra muralha é a qualidade. Há a percepção de que o produto da China é ruim. É claro que isso não pode ser considerado verdade em todos os casos. Mas os fabricantes de veículos locais são adeptos da política de custo baixo.

OS DONOS DO PEDAÇO

As dez maiores marcas de carros de passageiros na China no primeiro trimestre de 2010



Embora suas fábricas estejam entre as mais modernas do mundo, os materiais utilizados para a produção dos carros são de qualidade inferior aos usados pelos brasileiros. Pior: um teste que a reportagem da DINHEIRO fez com os veículos da Chery, em Wuhu, mostrou um cenário que apenas confirma o mito.

Entre os veículos testados, um deles precisou de recarga na bateria. Outro tinha a porta enferrujada. E o trio elétrico de um dos modelos também não funcionava. “Vamos quebrar este preconceito”, diz Luis Curi, CEO da Chery do Brasil. “A qualidade é prioridade número 1. Os chineses aprendem rápido.” Será uma tarefa tão paciente e detalhista quanto construir mais de oito mil quilômetros de uma gigantesca muralha.

Fonte: Istoé Dinheiro, 26 maio 2010. Disponível em:
<<http://www.istoedinheiro.com.br>>. Acesso em: 25 maio 2010.