

# Emergentes são a nova prioridade da Toyota

Grupo teme perder liderança mundial para marcas fortes em países em desenvolvimento

TÓQUIO

**A montadora japonesa Toyota vai apostar mais nas vendas em mercados emergentes e lançará dez novos modelos híbridos para atingir a estratégia de longo prazo de quase dobrar o lucro da companhia até 2015, afirmou ontem o presidente mundial da montadora, Akio Toyoda.**

Segundo o executivo, 60% das vendas da marca em 2010 tiveram origem em países industrializados e 40% em mercados emergentes. A meta é uma divisão igualitária até 2015. A China, por exemplo, representa hoje apenas 15% das vendas do grupo.

A maior montadora de veículos do mundo, que tenta se recuperar de um grande volume de recalls feitos nos últimos dois anos, vai reduzir seu conselho de administração de 27 para 11 membros como forma de acelerar o processo de tomada de decisão.

Comentando o plano estratégico da companhia, chamado "Global Vision", Toyoda informou que a empresa também vai eliminar um nível de administração, além de dar mais autonomia às administrações regionais.

A intenção é fazer com que o grupo fique mais próximo de seus clientes, depois que os recalls de quase 20 milhões de car-

ros realizados em todo o mundo desde 2009 atingiram a reputação de qualidade da marca.

"A partir de agora, queremos criar uma base forte para geração de lucro, mesmo sob duras condições de dólar operando em média a 85 ienes e vendas de 7,5 milhões de unidades", disse o executivo. "Podemos ter uma margem operacional de 5% e um lucro operacional de cerca de 1 trilhão de ienes (US\$ 12 bilhões)", afirmou.

"Isso significa que, mesmo se nós formos atingidos por uma grande crise econômica novamente e as vendas caírem cerca de 20%, ainda poderemos ter lucro. Esse é o ponto principal de nosso plano de crescimento sustentado", disse Toyoda.

O executivo ressaltou, porém, que essas metas poderão ser atingidas "assim que possível" – ou seja, antes de 2015. A projeção se compara com a previsão da Toyo-

## ● Perspectivas

### AKIO TOYODA

PRESIDENTE DA TOYOTA

**"A partir de agora, queremos criar uma base forte para gerar lucro, mesmo sob duras condições de dólar desvalorizado."**

**"O tamanho do bolo vai crescer."**

ta para lucro de 550 bilhões de ienes e margem de 2,9% no ano contábil que termina este mês.

"Os investidores estão buscando um plano um pouco mais específico", disse Yoshihiro Okumura, gestor na Chibagin Asset Management, citando a falta de prazos nos comentários do executivo. "Com a intensa competição nos mercados globais contra empresas como Hyundai e Volkswagen, não ficou claro qual é a estratégia específica da Toyota para se manter na liderança."

No ano passado, a Toyota se manteve à frente da General Motors como maior montadora do mundo, mas por uma margem pequena, enquanto a Volkswagen definiu um plano de longo prazo para ser a líder do setor e vender mais de 10 milhões de veículos até 2018.

**Mercados em crescimento.** Toyoda, bisneto do fundador da Toyota, afirmou que o crescimento

da companhia se dará baseado em dois pilares: mercados emergentes e carros ambientalmente corretos.

As vendas fora de mercados maduros vão representar metade das vendas da Toyota até 2015, ante 40% atualmente, acrescentou o executivo, ecoando estratégia de cortar a dependência de mercados desenvolvidos proferida em um novo plano da francesa Renault, divulgado no mês passado.

Após ter dominado a tecnologia de veículos híbridos por mais de uma década com o Prius, a Toyota vai lançar cerca de dez modelos híbridos até 2015, além dos 14 modelos que já possui.

Toyoda espera que as vendas globais do grupo, incluindo as da unidade Daihatsu e da de caminhões Hino Motors, subam de 8,4 milhões em 2010 para 10 milhões, em 2015. "O tamanho do bolo vai crescer", afirmou o executivo. /REUTERS

Imagem

## No Brasil, marca ocupa apenas o 9º lugar em vendas

● No primeiro bimestre, a Toyota teve um dos seus piores desempenhos no Brasil. Vendeu 13.424 veículos e ficou em nono lugar entre as fabricantes. Com 2,7% de participação no mercado, está atrás de Volkswagen, Fiat, GM, Ford, Renault, Honda, Hyundai e Citroën. Em 2010, vendeu 99.474 veículos, ficando em oitavo lugar entre as principais montadoras.

A decisão da Toyota de investir nos mercados emergentes levou o grupo a anunciar, em janeiro, a ampliação da capacidade produtiva no Brasil e na Argentina em 60% nos próximos dois anos. Juntos, os dois países terão capacidade para fabricar 230 mil car-

ros ao ano, ante 140 mil atualmente. O investimento para atingir a meta soma US\$ 640 milhões, dos quais US\$ 600 milhões ficarão no Brasil, onde o grupo constrói uma segunda fábrica de automóveis.

A unidade de Sorocaba (SP) será inaugurada em meados de 2012, com capacidade inicial para 70 mil veículos e possibilidade futura de atingir 150 mil. O novo carro, por enquanto chamado de Etios, é um compacto desenvolvido para países emergentes e disputará mercado com modelos como Gol e Palio nas versões acima de 1.0. Com ele, a Toyota espera, finalmente, crescer no mercado brasileiro, o quarto maior do mundo. Hoje, a empresa produz em Indaiatuba (SP) o sedã Corolla e importa a picape Hilux da Argentina e outros modelos do Japão. /CLEIDE SILVA