

Carros chineses avançam e ameaçam posição do México

Eduardo Laguna

Assim como já acontece em diversos setores da economia brasileira, a China avança a passos largos para conquistar uma posição de relevância no mercado automobilístico nacional.

Com preços mais baixos do que a concorrência internacional, o país asiático superou, em menos de dois anos, os Estados Unidos e o Japão e cresce rapidamente para tomar a posição ocupada hoje pelo México, um tradicional parceiro da indústria automobilística nacional, cujos carros ingressam ao país com alíquota zero de importação.

Se há um ano as marcas chinesas tinham uma discreta participação de 2,4% nas importações de veículos, hoje elas já respondem por 9,1% do volume de carros, caminhões e ônibus vindos do exterior.

O movimento está gerando uma mudança na composição das principais fontes de suprimento de veículos do mercado brasileiro, em um processo marcado pela diminuição da participação dos carros argentinos na pauta de importações.

Em 2009, os chineses representavam apenas 0,9% das importações brasileiras, empatados com os Estados Unidos e ainda atrás do Japão e do México, que, na época, tinham 2,3% e 11% do mercado importador, respectivamente.

Atualmente, além do México, a China tem à sua frente apenas a União Europeia, a Coreia do Sul e a Argentina. Os argentinos, contudo, que tinham 57,4% das compras externas brasileiras, viram essa participação ceder para 40% neste ano.

Dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex) mostram que 49,23 mil veículos chineses entraram no Brasil no período de janeiro e julho, quase seis vezes mais do que o registrado no mesmo período de 2010 (8,46 mil).

A chegada da JAC Motors, no começo do ano, com uma estratégia agressiva em marketing e distribuição ajudou a catalisar esse desempenho, num momento em que o câmbio favorável, por si só, tem levado as importações de veículos a crescer incomparavelmente mais rápido do que as vendas de montadoras instaladas no país.

Hoje, as marcas chinesas JAC, Chery e Lifan estão na lista dos automóveis mais vendidos no Brasil. A China também mostra participação crescente no mercado de utilitários leves, onde a Hafei, com suas picapes e vans Towner, ocupa, neste ano, a décima posição no ranking de emplacamentos.

Em comum, os planos dessas marcas incluem a instalação de fábricas no país, após um primeiro ciclo de desenvolvimento das redes de distribuição e introdução de produtos.

Os empreendimentos mais notórios são os da Chery - que investe US\$ 400 milhões em uma unidade fabril em Jacareí, no interior de São Paulo - e da JAC, que, aliada ao empresário Sérgio Habib, negocia o local para uma fábrica com capacidade anual de 100 mil carros e orçamento estimado em US\$ 600 milhões.

Contudo, também há projetos e estudos, em fase final de negociação, relacionados à montagem dos veículos de fabricantes como Hafei, Jinbei, Haima, Lifan e Changan conduzidos em parceria com os representantes dessas marcas no Brasil.

A CN Auto que importa utilitários da Hafei e da Jinbei - diz que, após mais um ano de discussões, a decisão sobre a construção de uma fábrica no país deverá ser tomada até dezembro. Segundo Ricardo Strunz, diretor-geral da importadora, duas cidades no Sudeste estão no páreo para receber o investimento.

Strunz diz que as vendas da empresa - projetadas em 18 mil veículos para o próximo ano - já justificam o início da produção local. Mas a CN Auto ainda não tem definidos os modelos a serem produzidos na unidade - entre as vans Towner, da Hafei, e Topic, da Jinbei, ou mesmo os carros da também chinesa Brilliance, que passam a ser importados neste ano. "Todas querem conversar sobre essa possibilidade, mas ainda estou definindo meu sócio. Ninguém faz uma fábrica sozinho", diz Strunz.

No Grupo Effa - que importa picapes, vans e furgões da Hafei, além de automóveis da Lifan, estes montados no Uruguai -, está sendo discutido com os governos de Goiás e Santa Catarina o plano de construir duas fábricas: uma para a produção de carros da Lifan e outra para veículos de marca própria. Os investimentos são estimados pela montadora em US\$ 100 milhões para cada unidade.

Também já foram anunciados planos de investimento em produção no Brasil pela fabricante de caminhões Foton e pela Districar, empresa do grupo português Tricos, responsável pela distribuição dos veículos das chinesas Changan e Haima, além dos sofisticados carros da coreana sul-coreana SsangYong.

Abdul Ibraimo, presidente da Districar, diz que finaliza as negociações com três Estados para anunciar o local da fábrica até o mês que vem. Com investimentos de R\$ 300 milhões a unidade terá capacidade anual de produção, em regime de CKD, de 60 mil unidades dos veículos hoje importados pelo grupo.

Mercado disputado

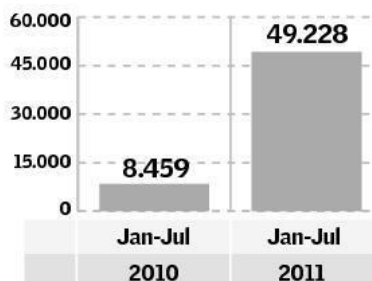
Divisão nas importações* - em %



Fonte: Secex. **De janeiro a julho de 2011

Volume de veículos chineses

Em unidades



Apesar da desconfiança, China cresce com preço baixo

Eduardo Laguna

Carros vendidos a preços convidativos e receios de consumidores sobre a qualidade dos produtos permeiam o avanço chinês no mercado automobilístico brasileiro. Para Luiz Carlos Mello, ex-presidente da Ford e hoje diretor do Centro de Estudos Automotivos (CEA), as montadoras da China encontraram em países como Brasil, Índia e Rússia terreno fértil para compensar as dificuldades de penetração nos mercados europeu e americano, tidos como mais rigorosos no controle das emissões de poluentes e nos padrões de segurança, principalmente. "Os chineses se sentem mais a vontade para entrar em mercados emergentes", comenta Mello.

Números da Secretaria de Comércio Exterior (Secex) indicam, no caso da China, um mix de produtos de menor valor agregado em relação aos principais concorrentes internacionais. A

média de preço por veículo das exportações da China ao Brasil é de US\$ 6,87 mil, abaixo dos US\$ 15,74 mil do México ou dos US\$ 14,75 mil da Argentina.

Segundo Mello, ainda é prematuro traçar uma consolidação das montadoras chinesas em território brasileiro, dada à falta de elementos de sustentação, como um grande mercado de peças de reposição e uma forte rede de concessionárias para os serviços de pós-venda.

"O crescimento da China reflete, por enquanto, a existência de um mercado mais sensível a novidades", avalia o especialista.

Os importadores dizem ser natural a desconfiança a produtos novos e lembram que, antes de se consolidar no Brasil, os carros sul-coreanos também sofreram com uma posição mais cautelosa dos consumidores.

"Nós reconhecemos que existe uma resistência, mas isso não vai levar muito tempo para mudar", acredita Clóvis Kozikoski Rodrigues, gerente de marketing da importadora Effa Motors.

A Anfavea - entidade que abriga as montadoras nacionais - tem defendido ações para reforçar a competitividade da indústria diante do aumento das importações de veículos no país - que preenchem neste ano 22,4% das vendas. É nesse contexto que se inserem as negociações sobre um regime tributário especial ao setor, uma iniciativa prevista na nova política industrial do governo federal.

Enquanto as vendas das montadoras nacionais no mercado doméstico cresceram 2,2% até agosto, as importações de veículos subiram 34,7% no período.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 14 set. 2011, Empresas, p. B9.