

Sérgio Habib, presidente da Jac Motors, afirma que a empresa trará dois novos modelos para o Brasil este ano



Carros chineses derrubam muralha da indústria nacional

Apesar da desconfiança, modelos de baixo preço cativam o brasileiro; Jac prevê ter 2% do mercado em 2012

Ana Paula Machado
amachado@brasileconomico.com.br

Em 2009 eles chegaram de mansinho e ganharam de vez as ruas do Brasil no ano passado. Os carros chineses caíram no gosto do consumidor brasileiro e até novembro as nove marcas chinesas que atuam no país venderam 69,2 mil unidades. A Jac Motors, por exemplo, que começou a operação em março do ano passado, comercializou 23,7 em 2011, obtendo uma participação de 0,9%. E para 2012 as previsões são ainda mais promissoras.

O presidente da empresa chinesa no Brasil, Sérgio Habib, espera abocanhar uma fatia de até 2% do mercado nacional, que deve alcançar vendas em torno de 3,8 milhões de veículos até dezembro. “Vamos crescer no decorrer do ano por vários motivos. Teremos dois novos automóveis na família e nossa rede chegará ao final deste ano com cerca de 100 concessionárias”, diz Habib.

Hoje, a marca tem três modelos comercializados no país e tra-

rá este ano o hatch subcompacto J2 e o sedã médio J5. A companhia conta também com o novo regime automotivo prometido pelo governo em que os carros serão obrigados a ter 65% de peças nacionais para não ter um aumento de 30 pontos percentuais no IPI para o segmento.

“Esperamos que haja realmente essa flexibilização. Anunciamos um investimento de R\$ 900 milhões para a construção da fábrica na Bahia e temos que manter nosso ritmo de crescimento nas vendas para absorver a produção nacional quando nossa planta estiver pronta, em 2014”, comenta Habib.

Apesar dos planos agressivos da JacMotors, a montadora que abriu caminho para a entrada dos chineses no Brasil foi a Chery. Em 2009, a empresa anunciou investimentos de R\$ 700 milhões para a construção de uma unidade capaz de produzir 100 mil carros por ano em Jacareí, no interior de São Paulo. Hoje, a Chery vende cinco modelos no Brasil, dentre eles um dos carros mais baratos do país, o sub-

“

Vamos aumentar as vendas em 2012. Há dois lançamentos previstos para o mercado brasileiro e nossa rede de concessionários chegará a 100 lojas

Sérgio Habib

compacto QQ, que custa em torno de R\$ 20 mil.

Luiz Carlos Mello, ex-presidente da Ford e consultor do Centro de Estudos Automotivos, acredita que esse movimento não foi pontual e que a diluição do mercado deve se intensificar nos próximos anos.

“Nenhum país tem tantas marcas no mercado como o Brasil e quem perde são as grandes”, diz Mello. “Mas os novos concorrentes têm que ter produtos atraentes e uma boa estrutura no país. É isso que dará a elas condições de brigar com as outras empresas”, afirma.

Para ele, a expectativa é que mais marcas desembarcarão este ano no Brasil. “É o país mais atraente dos BRICs e os

chineses já nos elegeram como o mais atraente para mostrar ao mundo a competência da sua indústria”. Pelo menos mais três marcas já demonstraram interesse pelo país, a BYD, Geely e Great Hall.

Somando-se as marcas nacionais e estrangeiras, o Brasil conta com 77 empresas que comercializam veículos em todo o território nacional. Atualmente, são cerca de 800 modelos de automóveis e comerciais leves à disposição do consumidor.

“O Brasil já é o quarto maior mercado mundial de automóveis e é natural que novas marcas tenham interesse em estar em um mercado amplo e promissor como o nosso”, ressalta o presidente da JAC Motors. ■

GOSTO POPULAR

23,7 mil

é o volume de vendas da Jac no mercado brasileiro em 2011. A empresa chegou ao Brasil em março do ano passado.

EM EXPANSÃO

69,2 mil

foi o volume de vendas das nove companhias chinesas no país ao longo de 2011, segundo a Abeiva.

MERCADO TOTAL

3,6 milhões

é o total comercializado no mercado brasileiro pelas 77 empresas que hoje têm presença forte no país.

Governo tentou, em vão, frear avanço de importados no mercado brasileiro

Aumento do IPI para os modelos feitos no exterior foi implantado com o objetivo de dar alívio às montadoras nacionais

Para conter o avanço dos importados, principalmente chineses, o governo brasileiro contra-atacou. Em setembro de 2011, o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (Mdic) publicou um decreto que aumentava em 30 pontos percentuais a alíquota do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) dos veículos importados fora do Mercosul e México. Os importadores conseguiram uma liminar e a Justiça concedeu o prazo de 90 dias para que a majoração do IPI fosse cobrada. O prazo durou até 16 de dezembro.

Na época, as vendas de importados no mercado brasileiro significava cerca de 22% do total comercializado. Isso contando também o que era trazido pelas montadoras instaladas aqui do México e da Argentina. Os modelos importados fora desse eixo representava pouco mais de 5% do total.

“Estamos conservando os empregos no Brasil, México e Argentina”, disse na época o presidente do Sindipeças, Paulo Butori. Isso porque o decreto, além de aumentar o valor do IPI, estabeleceu um índice de nacionalização dos veículos comercializados aqui.

Agora, foge da majoração do imposto aqueles fabricantes que conseguem comprovar, pelo menos, 65% de peças nacionais nos modelos. “Essa regra é boa porque não tínhamos nada e agora teremos pelo menos 20% de nacionalização.”

Isso porque esse percentual engloba custos como empregados no marketing de produtos e, portanto, reduzem o índice direto de autopeças. Há, ainda, o questionamento sobre como provar a procedência das peças. Segundo fontes ligadas ao Governo, não há pessoal para fazer esse controle com rigor.

A aposta agora é pela publicação do novo regime automoti-

vo. Há possibilidade de haver uma flexibilização na cobrança do IPI para empresas que anunciarem investimentos no país, como Jac Motors e Chery.

Para aquelas que continuarão importadoras ainda não há planos específicos. O presidente da Kia Motors do Brasil, José Luiz Gandini, diz que os planos da montadora estão suspensos até que saia a definição do novo regime automotivo do país.

“Em alguns modelos há fila de espera de 90 dias mas tudo isso pode mudar com a retomada da cobrança do IPI majorado. Os clientes podem desistir das encomendas pelo aumento de preço. Nosso planejamento para esse ano está suspenso”, afirma Gandini. ■ A.P.M.

Com a entrada em vigor da cobrança do IPI maior para importados, a venda desses veículos tende a cair. Isso porque os preços vão aumentar substancialmente e pode afastar o consumidor das concessionárias dessas marcas



Dilma: vantagem para os modelos feitos no Mercosul e México

Nelson Ching/Bloomberg

NOVAS REGRAS

1

IPI maior para carros importados

O governo aumentou o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) em 30 pontos percentuais para automóveis vindos de fora do eixo Mercosul e México.

2

Índice de nacionalização

Além do aumento do IPI, o governo instituiu um índice de nacionalização de peças para automóveis fabricados no Brasil de 65%.

3

Investimentos em desenvolvimento

O decreto também prevê investimento de 0,5% do faturamento das montadoras instaladas aqui em pesquisa e desenvolvimento.

MERCOSUL

Uruguai já se rendeu aos veículos asiáticos

Pelas ruas do país vizinho se veem marcas ainda desconhecidas do público brasileiro

Se no Brasil ainda temos poucas marcas chinesas, no Uruguai elas já fazem a festa. É comum ver carros dessas empresas pelas ruas do país. O engraçado é que as montadoras mais consolidadas como Fiat, Volkswagen, General Motors e Ford, que têm fábricas no Brasil e podem expor-

tar para o país vizinho pelo acorrido automotivo, são vistos mais em modelos mais antigos.

“O mercado uruguaio tem uma dinâmica bem diferente da do brasileiro. Lá se comercializa de tudo porque não há indústria automobilística instalada. Mas o curioso é que as montadoras com fábricas no Brasil e na Argentina podiam olhar com mais carinho para esse mercado”, disse o consultor automotivo e ex-presi-

Effa Motors e Lifan, por exemplo, investiram em unidades em CKD no país e exportam para o Brasil

dente da Ford, Luiz Carlos Mello.

O que há no Uruguai são linhas de montagem. Effa Motors e a Lifan, por exemplo, investiram em unidades em CKD e exportam grande parte da produção para o Brasil. A coreana Kia Motors também monta seus veículos utilitários no país vizinho e traz para o Brasil com o benefício do desconto do Imposto de Importação (II).

O que se vê nas ruas uruguaias das marcas tradicionais

são modelos antigos, que hoje são difíceis de ver no Brasil. Novidades como carros com design mais arrojado são raridades naquele mercado.

Em contrapartida, há uma variedade de modelos chineses percorrendo as ruas uruguaias. Os carros mais novos da frota já bem antiga do país são de fábricas da China. Entre as marcas mais populares estão a Geely e BYD. ■ A.P.M.