



MELHORIA DA QUALIDADE DO AUTOMÓVEL BRASILEIRO

JOÃO RICARDO SANTOS TORRES DA MOTTA
Consultor Legislativo da Área IX
Política e Planejamento Econômicos, Desenvolvimento Econômico,
Economia Internacional, Finanças em Geral

MAIO/2001

NOTA TÉCNICA

© 2001 Câmara dos Deputados.

Todos os direitos reservados. Este trabalho poderá ser reproduzido ou transmitido na íntegra, desde que citados o(s) autor(es) e a Consultoria Legislativa da Câmara dos Deputados. São vedadas a venda, a reprodução parcial e a tradução, sem autorização prévia por escrito da Câmara dos Deputados.



Câmara dos Deputados
Praça dos 3 Poderes
Consultoria Legislativa
Anexo III - Térreo
Brasília - DF

1 - A GLOBALIZAÇÃO E A INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA

Na esteira do processo de globalização, fenômeno de natureza econômica de grande amplitude, que possui inúmeras vertentes – financeira, comercial, corporativa, cultural, social e tecnológica – os anos 80 e, mormente, os anos 90, observaram grande transformação na indústria automobilística mundial. As inovações tecnológicas, as vendas em escala global e o aumento da competição entre os grandes fabricantes induziu a busca de maior escala de produção, padronização de produtos por segmento e redução de custos através de grande investimento em design, tecnologia e segurança, fatores que, cada vez mais, tornaram-se determinantes para a conquista de um consumidor cada vez mais exigente.

Surgiu, então, o fenômeno do carro mundial, isto é, o veículo projetado para ser vendido em vários mercados em todo o mundo, mantendo as mesmas características de projeto, com pequenas adaptações relativas às exigências legais de cada país. Outro fenômeno relevante foi o da efetivação de megafusões na indústria automobilística, para fazer face à escala global de vendas. Gigantes com a GM, Ford, Volkswagen, Daimler-Benz e Honda uniram-se, ou adquiriram as ações de outras empresas igualmente sólidas, mas que concorrem com vantagem em alguns segmentos, para daí extrair uma parceria produtiva tanto em termos de vendas globais como em termos de desenvolvimento de novos produtos.

Neste contexto, surgiram fusões da Daimler-Chrysler-Mitsubishi, Ford-Volvo-Jaguar-Mazda, GM-Subaru-Daewoo-Saab, Volkswagen-Seat-Audi-LandRover, Renault-Nissan entre outras, em um processo que continua ocorrendo velozmente. Tal fenômeno trouxe características interessantes ao setor, que,

em muitos casos, fabrica carros de diferentes marcas em diferentes países que partilham motores, plataformas e design entre si.

Esse novo mercado global de veículos impôs padrões de qualidade similares para automóveis na mesma faixa de mercado, inviabilizando o prosseguimento da fabricação de veículos mais atrasados tecnologicamente, ainda que estes ainda possuíssem em determinado momento um público cativo e fiel. Cada vez mais, a escolha do consumidor apóia-se na análise custo-benefício dos veículos dentro de cada segmento, característica essa que, busca moldar-se aos diferentes tipos de consumidores de automóveis. Note-se que a imposição legal de padrões de segurança e de emissão de poluentes é que forçou a indústria a uma adequação dos produtos, mas, atualmente, estes aperfeiçoamentos funcionam como marketing na busca da conquista do consumidor.

Isto posto, nota-se que, à exceção de países que se situam fora do mercado consumidor global, há uma padronização dos veículos em nível mundial, o que, naturalmente, inclui a indústria brasileira.

2 - A EVOLUÇÃO DA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA NACIONAL

O fenômeno econômico determinante para a modernização da indústria nacional foi a abertura comercial implementada no início dos anos 90. Desde então, a existência de um novo benchmarking de qualidade e preço inviabilizou grande parte da frota aqui fabricada, baseada em modelos desatualizados tecnologicamente e há muito abandonados pelas matrizes das empresas fabricantes. O fenômeno da globalização, por seu turno, trouxe consigo a decisão de modernização da indústria e das linhas de montagem para incorporar os padrões internacionais e viabilizar não só o atendimento do mercado interno, como também a fabricação de veículos para exportação.

Tal processo tornou-se ainda mais efetivo com a entrada de novos competidores no mercado nacional, como a Toyota, a Honda e a Mitsubishi, japonesas, a Renault e a Citroën-Peugeot, francesas, a Audi e a Mercedes-Benz, alemãs e a Chrysler, americana. Tais fabricantes enxergaram no Brasil a dupla oportunidade de concorrer no mercado nacional, em franca expansão, e a de se tornarem pólo exportador para o MERCOSUL ou, futuramente, para a ALCA. A entrada desses novos competidores forçou a atualização das fábricas das empresas aqui instaladas, como a GM, a Fiat, a Volkswagen e a Ford, que acompanharam a tendência de incorporação de modelos do tipo carro mundial e de desenvolvimento de estratégias de conquista do mercado interno, sujeito a uma competição bem mais acirrada (composta, também, pelos veículos importados, embora com menor efeito após a desvalorização cambial de 1999), bem como da implantação de uma política de exportação.

O efeito sobre os veículos brasileiros é nítido. Hoje, a frota nacional segue padrões de qualidade mundial, diferindo basicamente dos mercados externos em questões mercadológicas relativas às preferências do consumidor brasileiro, e nos padrões de segurança e de emissão de poluentes, que não aqueles exigidos pela lei brasileira. O fator preço interno, fortemente afetado pela alta tributação, ainda é um grande impeditivo ao crescimento das vendas, mas, do ponto de vista do mercado externo, o produto brasileiro é bastante competitivo.

3 - ENFOQUE EXPORTADOR

A padronização das linhas de montagem e a amortização do investimento em capacidade instalada por parte das fábricas já operantes no Brasil foram fatores que atraíram interesse das matrizes para desenvolver pólos exportadores no País. Outrossim, o potencial de crescimento do mercado interno, em um horizonte de médio prazo, mantidas as condições de estabilidade econômica nacionais, igualmente atraíram novas montadoras, que já trouxeram consigo projetos de exportação atrelados às suas estratégias de vendas globais.

No que tange à distinção entre os veículos produzidos para o mercado interno e para exportação, estas tornaram-se bem menores, dada a adaptação recente da legislação brasileira de trânsito aos padrões internacionais mais exigentes. Entretanto, conforme o destino do produto exportado (Europa, EUA ou MERCOSUL, por exemplo) há características peculiares em relação aos equipamentos acoplados aos veículos, que dependem das exigências particulares da legislação interna ou das características mercadológicas específicas do país em questão. Outros aspectos, como motorização mais esportiva, acabamento mais luxuoso e equipamentos eletrônicos podem igualmente diferir, por conta da menor capacidade aquisitiva do consumidor brasileiro em relação a modelos mais sofisticados. Entretanto, pode-se afirmar que a grande maioria dos carros oferecidos no mercado interno possui as mesmas características mecânicas e de projeto que os similares exportados, além de itens de segurança e conservação ambiental compatíveis com as exigências legais domésticas.

4 – CONCLUSÃO

É inquestionável a evolução da indústria automobilística nacional na última década, no que tange à qualidade e modernidade dos veículos produzidos. Tal fenômeno acompanhou, a rigor, uma tendência mundial, mas se deveu, em grande medida, às transformações de natureza econômica ocorridas no País, basicamente ligadas à abertura comercial e à estabilização da economia.

A entrada de novas montadoras, de grande renome, para produzir internamente, aumentou, também, o padrão de competição, o que redundou em maior qualidade de produto. Finalmente, a perspectiva de integração econômica com blocos de livre comércio atraiu investimentos em linhas de montagem voltadas para a exportação.