

CENTRO PAULA SOUZA 4 ANOS
— COMEÇOU EFECTUANDO A EDUCAÇÃO PÚBLICA E PROFISSIONAL —

**GOVERNO DE
SÃO PAULO**

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA

TECNOLOGIA EM GESTÃO EMPRESARIAL

FERNANDO FIGUEIREDO VIRGILIO
Maricê Léo Balducci

**A ENTRADA DOS AUTOMÓVEIS CHINESES NO
MERCADO AUTOMOBILÍSTICO BRASILEIRO**

AMERICANA/SP
2013

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA

FERNANDO FIGUEIREDO VIRGILIO

**A ENTRADA DOS AUTOMÓVEIS CHINESES NO
MERCADO AUTOMOBILÍSTICO BRASILEIRO**

Monografia apresentada à Faculdade de Tecnologia de Americana como parte das exigências do curso de Tecnologia em Gestão Empresarial para obtenção do título de tecnólogo em Gestão Empresarial.

Orientador: Prof. Maricê Léo Balducci

**AMERICANA/SP
2013**

AGRADECIMENTOS

A Deus pela minha existência e por me dar forças para superar as dificuldades encontradas no caminho percorrido até aqui. E por me dar forças para concluir este trabalho.

Agradeço a todos que me incentivaram e me apoiaram ao longo destes anos de curso.

Aqueles que me proporcionaram ensinamentos, que a partir de agora vão ser essenciais na minha jornada profissional.

Aos avanços tecnológicos que facilitaram o encontro de materiais para a pesquisa desta monografia e de muitos outros trabalhos acadêmicos.

Ao Prof. orientador Maricê Léo Balducci pelo seu empenho e disposição em me ajudar na concretização desta pesquisa.

A minha namorada que indiretamente sempre me motivou e acompanhou todas as etapas desta pesquisa, além de me ajudar sempre que possível com as dificuldades que encontrei em certos momentos deste trabalho.

A todos que de uma forma ou outra contribuíram para a elaboração e conclusão desta pesquisa.

RESUMO

VIRGILIO, Fernando. F. **A entrada dos automóveis chineses no mercado automobilístico brasileiro** 2013. 71f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Gestão Empresarial) – Faculdade de Tecnologia de Americana. Americana, 2013.

Não é de hoje que o mercado automobilístico brasileiro atraí investidores devido aos números favoráveis de vendas. A China possui a maior economia mundial e tem a ambição de dominar o setor automotivo em todo mundo. O objetivo desta pesquisa é identificar e analisar os possíveis fatores que culminarão no sucesso das montadoras chinesas que atuam no mercado brasileiro. Estes fatores são apresentados nesta pesquisa por hipóteses. São três as hipóteses: qualidade a preço baixo, valor da revenda e centro de atendimento e serviço. Quanto à metodologia, foi levado em consideração visões de outros autores sobre estudos já realizados sobre o tema e também, analisado o desempenho atual das montadoras Chery e JAC Motors, através de dados coletados sobre o mercado automotivo nacional, bem como estatísticas referentes ao perfil dos consumidores extraídos da pesquisa de outro autor. Descobriu-se que ainda há uma insegurança muito grande para com os carros importados e desconfiança por parte dos veículos chineses que ainda são novidade no mercado e sofrem com o ainda presente paradigma do *made in China*. Baseado na análise e nos resultados encontrados sugere-se uma nova pesquisa sobre o tema a partir do momento em que as montadoras chinesas começarem a fabricar no Brasil, pois isso trará um novo panorama para as montadoras chinesas.

Palavras Chaves – Mercado automobilístico, Automóveis chineses, Mercado brasileiro

ABSTRACT

VIRGILIO, Fernando. F. **A entrada dos automóveis chineses no mercado automobilístico brasileiro** 2013. 71f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Gestão Empresarial) – Faculdade de Tecnologia de Americana. Americana, 2013.

It is been a while since the Brazilian automobile market attracts investors due to its favorable sales numbers. China has the world's largest economy and has the ambition to dominate the global automotive industry. The objective of this research is to identify and analyze the possible factors that will result in the success of the Chinese automakers which are present in the Brazilian market. These factors are shown in this research by hypotheses. There are three hypotheses: quality at low price, resale value and customer service. Regarding to the methodology, it was taken into consideration, points of views from other authors on previous studies about the subject. It was also analyzed the current performance of automakers such as Chery and JAC Motors, through data collected on the domestic automotive as well as statistics on consumer's profile which were seen on a research from another author. It turned out that there is still a very large uncertainty towards imported cars and mistrust on the part of Chinese vehicles that are still new in the market and still suffer with the "made in China" paradigm. Based on the analysis and results of the research, it is suggested a new research on the topic since the moment that the Chinese automakers studied begin its manufacturing in Brazil because It will bring a new outlook for the chineses.

Key Words – Auto market, Chinese Cars, Brazilian Market

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 PROBLEMÁTICA	10
3 HIPÓTESES.....	11
4 OBJETIVOS	12
4.1 OBJETIVO GERAL.....	12
4.2 OBJETIVOS SECUNDÁRIOS	12
5 METODOLOGIA	13
5.1 Análise bibliográfica	13
5.2 Estudo de caso	13
5.3 Análise documental.....	13
6 JUSTIFICATIVA	14
7 REFERÊNCIAL TEÓRICO E DESENVOLVIMENTO.....	16
7.1 O automóvel	16
7.1.1 História do automóvel	16
7.1.2 O automóvel e seu uso social: Econômico e social	18
7.2 A indústria automobilística	21
7.2.1 No mundo	21
7.2.2 No Brasil – As quatro grandes fases setor automotivo nacional.....	25
7.3 O mercado brasileiro de automóveis	29
7.3.1 Produzidos no Brasil.....	29
7.3.2 Abertura Econômica – Crescimento nas importações.....	32
7.3.3 A entrada dos chineses	34
7.3.3.1 JAC Motors.....	39
7.3.3.2 Qualidade dos automóveis chineses	43
7.3.3.3 Opinião dos proprietários	45
7.3.3.4 Car crash test	49
8 CONSUMIDOR BRASILEIRO.....	50
8.1 Características e exigências no setor automotivo.....	50
8.1.1 A importância da qualidade e do preço	55
8.1.2 O Paradigma do <i>made in China</i>	57
8.1.3 O valor da revenda	59

8.1.4 Atendimento de peças e serviços	62
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS	63
REFERÊNCIAS.....	66

1 INTRODUÇÃO

O tema da pesquisa foi: A entrada dos automóveis chineses no mercado automobilístico brasileiro. O meio de entrada abordado nesta pesquisa foi por importação.

A pesquisa foi desenvolvida com o intuito de ressaltar os pontos cruciais que culminarão em um possível sucesso das montadoras de origem chinesa dentro do aquecido mercado automobilístico brasileiro.

A indústria Brasileira de automóveis foi impulsionada no fim dos anos 50, pelo governo de Juscelino Kubitschek devido à proibição de importação de veículos e peças, medidas estas que foram tomadas durante a 2ª GM por Getúlio Vargas a fim de desenvolver o parque automotivo brasileiro. Foi a partir desse incentivo no governo de Juscelino que as grandes montadoras vieram para o Brasil.

Até então, Volkswagen, Fiat, Ford e GM, receberam o apelido de “As quatro grandes”. As mesmas dominaram e até hoje ainda dominam grande parte desse mercado em nosso território. Porém, a concorrência se acirrou na década de 90 quando o governo permitiu a abertura da importação de veículos (CASOTTI E GOLDENSTEIN, 2008).

De lá pra cá, importados do Japão e da Coréia chegaram sob o olhar de desconfiança dos brasileiros, mas driblaram esta desconfiança e mostraram o seu valor, adquirindo o respeito e confiança por parte dos consumidores tornando-se uma sombra para as quatro grandes.

A China não podia ficar de fora desta disputa. Um país em que sua economia cresce 9% a.a, é o maior produtor e consumidor de automóveis no mundo e tem como objetivo dominar a indústria automobilística mundial. Do outro lado o Brasil, que apresenta índices favoráveis de vendas e alto lucro para as montadoras, sendo um atrativo para novos investidores, como os chineses (CASOTTI E GOLDENSTEIN, 2008).

Você já deve ter notado nas ruas, carros de marcas que você até então nunca tinha ouvido falar, e sem contar as propagandas de peso no meio midiático que tentam a todo custo atrair novos consumidores. Mas só isso basta?

Os chineses por não serem pioneiros em solo brasileiro têm ao seu dispor exemplos de sucesso como: Toyota, Hyundai, Kia, Renault e etc; que se seguidos podem consolidar suas montadoras no Brasil. Desta forma os meios apresentados nesta pesquisa que possibilitarão aos chineses se consolidarem no mercado brasileiro, baseiam-se em fatores que levaram outras montadoras importadas, como as acima citadas, ao sucesso. Além disto, nesta pesquisa será abordada a situação atual do mercado de automóveis nacional e mundial a fim de identificarmos se o quadro atual é favorável ou não para a entrada dos chineses em nosso solo. Também será abordado por intermédio de pesquisas feitas por outro autor, o perfil do consumidor brasileiro para sabermos se o que os chineses têm para oferecer é o que o nosso consumidor busca em um automóvel.

2 PROBLEMÁTICA

Analisando a vasta expansão das importações de veículos chineses e seu objetivo de dominar a indústria automobilística mundial, mais especificadamente no Brasil, aonde já se tem um plano de expansão e a ideia de dominar o mercado brasileiro, cabe assim a seguinte problemática: As montadoras chinesas vão conseguir se firmar no Brasil?

Diante deste questionamento, esta pesquisa tem como foco responder o problema acima, pois pode ser verificado em estudos que o sucesso ou fracasso da mesma provocará grandes impactos na economia brasileira e no setor automobilístico. Após profunda análise das hipóteses que aqui serão apresentadas, poderemos saber mais ao certo qual futuro esse novo mercado trilhará e quais os meios que caberão a essas empresas tomarem para obtarem sucesso em nosso território.

3 HIPÓTESES

Para a realização dessa pesquisa partiremos das seguintes hipóteses que se concretizadas, solucionarão a problemática:

1) Atrelando qualidade a preço baixo aos veículos, a marca vai conseguir superar o paradigma existente de que os produtos chineses são de qualidade duvidosa e assim firmar-se no setor?

2) O valor de revenda caso represente uma depreciação inferior aos carros já existentes no mercado, contribuirá para o sucesso da marca?

3) A presença de centros de atendimento de serviços e reposição de peças eficazes, são fatores decisivos para a confiabilidade no mercado?

4 OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GERAL

- Identificar e investigar os possíveis fatores que podem levar as montadoras chinesas a obterem sucesso no mercado automobilístico brasileiro.

4.2 OBJETIVOS SEGUNDÁRIOS

- Estudar o paradigma do *made in China* em carros chineses e formas para superá-lo;
- Analisar a depreciação do valor de revenda desses automóveis que caso seja menor que os outros, influenciarão no sucesso da marca;
- Investigar a eficácia da distribuição de peças e os centros de atendimento de serviços.

5 METODOLOGIA

A metodologia a ser utilizada na elaboração deste trabalho engloba três etapas:

5.1 ANÁLISE BIBLIOGRÁFICA

A importância deste método consiste em dar embasamento teórico ao projeto proposto. Neste trabalho, através da análise bibliográfica, propõe-se recuperar visões de outros autores sobre estudos já realizados sobre o tema.

5.2 ESTUDO DE CASO

Para Mendes (2002) este é um tipo de abordagem que não representa um método, mas uma estratégia de pesquisa que fica intimamente ligado ao contexto ou processo estudado. Neste projeto, o estudo de caso tem por objetivo avaliar como está o desempenho das montadoras chinesas Chery e JAC Motors.

5.3 ANÁLISE DOCUMENTAL

Segundo Lüdke & André (1986), documentos representam uma forma completa de informação, pois além do que se propõe, fornecem dados sobre o contexto em que foram produzidos. Aqui, a análise documental tem por objetivo estudar as estatísticas referentes à comercialização dos veículos no mercado brasileiro e o perfil do consumidor brasileiro.

6 JUSTIFICATIVA

Segundo dados publicados pelo Escritório Nacional de Estatísticas (NBS), a China cresceu 9,2% no ano de 2011 tornando-se a segunda maior economia do mundo. Também tornou-se o maior exportador do mundo em 2009, com um total de 1,2 trilhão de dólares. Há quase três décadas, a China cresce num ritmo de aproximadamente 10% ao ano (Banco Mundial). Este crescimento econômico chinês é importante, pois afeta todas as outras economias ao redor do mundo, basta prestarmos atenção a nossa volta e ver quantos produtos *made in China* temos no mercado. O crescimento da economia chinesa também tem acarretado em uma larga expansão da sua indústria automobilística. Conforme dados da ANFAVEA (2010), a variação do crescimento da produção de veículos na China de 2000 a 2009 foi de 566,55%, crescimento esse, muito acima da média se comparado com os demais países, sendo condizente com o aumento nos números da economia chinesa. (GABRIEL, LUCIANO. F et al, 2011)

De acordo com Casotti e Goldenstein (2008, p.158) a dimensão internacional que este mercado pode atingir e a rapidez com que esse processo vem se expandido, influenciarão diretamente nos padrões de concorrência mundial e nacional.

Gabriel, Schneider, Skrobot et al (2011: 4) definem o automóvel como: “Um bem de consumo durável de alto valor agregado incorporado aos anseios de consumo da sociedade em todas as esferas sociais.”

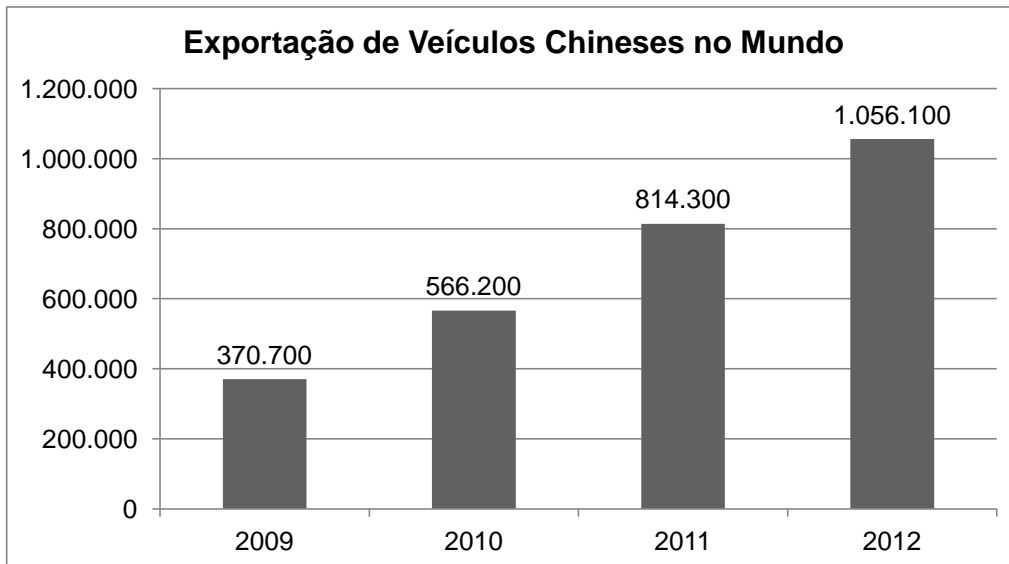
Vieira (2010) relembra que outras montadoras já consolidaram suas marcas por aqui, tais como a Coréia do Sul com a Hyundai e a Kia, a França com a Renault e a Peugeot e o Japão com Honda e Toyota. Antes de se firmarem por aqui todas essas enfrentaram a desconfiança, além da falta de tecnologia da sua produção, acarretando assim produtos finais de má qualidade. Porém com o passar do tempo, superaram desafios e hoje são referência em qualidade, segurança e tecnologia de ponta.

A entrada e consolidação em um mercado já formado é um processo grande e desafiador para as montadoras (VIEIRA, 2010).

O gráfico abaixo mostra os indicadores da exportação de carros chineses ao longo dos anos. Assim como a produção de veículos chineses, o número de

exportações também vem crescendo em alta escala como podemos observar abaixo.

Tabela 1. Exportação de veículos chineses no mundo



Fonte: http://www.chinadaily.com.cn/cndy/2013-01/22/content_16150886.htm - Acesso em 25/03/2013.

Segundo dados da ABEIVA sobre o número de emplacamento dos veículos importados de Janeiro a Dezembro de 2012 no Brasil, verificou-se que ao todo, os veículos chineses representaram 32% do total de emplacados importados, com as marcas JAC (18%) e Chery (14%) aparecendo pelo segundo ano consecutivo em segundo e terceiro lugar, respectivamente, ficando atrás apenas da Sul Coreana Kia Motors (31,9%). Percebe-se que no total os veículos chineses já são os mais emplacados dentro dos importados, mas as duas marcas chinesas que mais vendem, JAC e Chery, ainda tem muito que fazerem para emplacarem o mesmo tanto que a Kia emplacou em 2012, que foi praticamente o dobro de cada uma delas.

7 REFERÊNCIAL TEÓRICO E DESENVOLVIMENTO

7.1 O AUTOMÓVEL

7.1.1 História do Automóvel

Segundo Eckermann e Erik (2001), a história do automóvel iniciou-se em 1769, com automóveis de motores a vapor para o transporte de pessoas e cargas. Muitos estudiosos da época dedicaram seu tempo para melhorarem o sistema a vapor, mas sem sucesso devido a problemas causados com a temperatura dos cilindros do motor que hora tinha que estar muito frio hora muito quente, gerando assim perda de energia. Foi James Watt que em 1768 criou melhorias praticas a este tipo de motor a vapor. Porém devido ao peso, barulho e lentidão, este tipo de veículo foi com o tempo deixando de ser utilizado.

Em 1806 surgiram os primeiros carros movidos por motor de combustão, fazendo com que fosse apresentado no ano de 1885 motores de combustão interna com gasolina criada por Nikolaus Otto na Alemanha, substituindo então os motores a vapores. Otto também foi o inventor do motor de quatro tempos. Essa invenção contribuiu para o surgimento de algo semelhante ao carro atual. (ECKERMANN E ERICK, 2001).

Desde sua invenção, até os dias de hoje, a evolução do automóvel não para, é constante. Cada ano que passa novas descobertas são feitas, sendo aplicadas e gerando melhorias tanto para a parte mecânica do carro quanto para a parte de design, conforto e segurança. O desenvolvimento desta indústria se tornou indispensável para o crescimento da mesma. O ato de inovar dentro do setor pode vir a ser um caminho para os chineses que estão chegando no nosso mercado.

De acordo com Yenne (1994), os automóveis quando surgiram despertaram o interesse de algumas pessoas que viram naquelas máquinas um grande potencial foi dai que surgiu Henry Ford, mundialmente conhecido por ter inventado a linha de montagem.

Yenne (1994) diz que Ford se interessou pela parte mecânica das máquinas ainda quando jovem durante o período da Revolução Industrial, época em que os maquinários tornaram-se comuns. Ford até então, era engenheiro-chefe da Companhia Edison. O primeiro automóvel de combustão interna foi inventado quando Ford tinha 26 anos.

O primeiro modelo construído por Ford foi em sua casa na periferia de Detroit, em Michigan nos EUA em 1883. Quatro anos mais tarde ele deixaria a Companhia Edison para se dedicar exclusivamente a produção de automóveis. Em 1903 ele fundou a Companhia de Motores Ford, um investimento de 28 mil dólares e no mesmo ano foi lançado o Ford Modelo A. Até então, os automóveis daquela época eram todos feitos sob encomenda, sendo cada carro diferente do outro. O primeiro automóvel produzido em quantidade foi o Curved Dash Oldsmobile de outro mecânico da cidade de Detroit, porém o veículo era feito lentamente, um a um. (YENNE, 1994)

A grande vantagem do veículo produzido sob encomenda é o poder de escolha. O cliente decide como quer o carro dele, escolhe uma cor que não é produzida em alta escala, um item de série diferente, acessórios e etc. A desvantagem é o preço que fica maior.

Yenne (1994) afirma que o diferencial de Ford foi a ideia de produzir uma linha de montagem em que máquinas, materiais e homens se acomodassem na ordem do processo de fabricação. Para que o fluxo fosse contínuo, cada empregado era encarregado de serviços especializados que levassem o mesmo tempo para serem realizadas. Todas as montagens eram feitas no mesmo tempo e no mesmo ritmo. A linha de montagem inventada por Ford contribuiu para uma fabricação mais rápida e diminuiu a carga de trabalho dos funcionários além de dobrar o salário deles. Ford Revolucionou a produção industrial e em dezenove anos após o lançamento do Ford T, carro que popularizou o automóvel, a linha de produção já havia produzido quinze milhões de unidades.

É sabido que a linha de montagem aumenta a quantidade de automóveis produzidos em tempo reduzido. Cabe atentar-se a qualidade final do produto. Produção em escala exige um controle de qualidade maior e nisto os chineses precisam ficar atentos visto o fato do paradigma de qualidade chinesa ainda ser um fator que pesa muito contra eles. Se considerarmos somente os veículos chineses importados, fica fácil sabermos porque mesmo importado ele ainda

custa mais barato que os que aqui são produzidos por outras montadoras. A razão disto é que a linha de produção chinesa conta com mão de obra muito barata.

Se considerarmos a montagem dos carros que começarão a ser produzidos no Brasil em 2014, os chineses por utilizarem peças vindas da China levarão vantagem no preço final devido a um custo de fabricação menor, pois além das peças serem mais baratas, o salário dos empregados deve seguir o padrão chinês de pagar pouco aos seus funcionários, isso também condiz com o fato da fábrica da JAC Motors situar-se no nordeste brasileiro, aonde o salário é relativamente menor que no sudeste.

7.1.2 O Automóvel e Seu Uso: Econômico e Social

Okubaro (2000) indaga sobre o que de mais importante economicamente falando, surgiu no século XX. Segundo ele muitos responderiam que foi algo ligado a comunicação, como a internet, o telefone e o rádio. Mas na visão do autor, para o mundo corporativo, a economia mundial, a vida pessoal nos ambientes urbano e rural, a importância do automóvel ainda é maior que todas as outras. O automóvel deu um ar de liberdade e independência ao homem, trazendo conforto e comodidade. Para as cidades, contribuiu para a organização delas com construções de rodovias, possibilitando o tráfego de bens e pessoas.

Em um mundo globalizado, o transporte é de suma importância para a economia mundial. Diariamente vemos a quantidade de caminhões que circula pelas estradas levando mercadoria de um lugar para outro. Nestas mesmas estradas vemos milhares de carros circulando por diversos motivos, indo para o trabalho, passear, visitar alguém, entre outros. O automóvel em circulação movimenta outros setores da economia, como o de combustível e conseqüentemente com o desgaste do automóvel, setor de prestação de serviços como troca de óleo, pneu, entre outros.

O desgaste do carro decorrente da kilometragem demandará um centro de atendimento eficaz com peças de reposição a pronta entrega. Este fator está diretamente ligado a hipótese 3 que diz respeito a eficácia na distribuição de

peças, cuja qual será um fator determinante para o chineses se firmarem em nosso mercado. Com o carro precisando de manutenção, o serviço de atendimento e de reposição de peças terá que funcionar para que o carro do cliente não fique parado.

Segundo o sociólogo Eduardo Alcântara Vasconcellos (*apud* OKUBARO, 2000, p.18) o Brasil passou por um processo de modernização capitalista que levou a classe média a um novo estilo de vida elevando o uso do automóvel por parte desta classe social que é de suma importância para o desenvolvimento da classe que usa a mobilidade em prol dos seus objetivos.

O carro é um instrumento cujo uso está profundamente ligado a condicionantes sociais, econômicos e políticos. Atrás das rodas, ao invés de 'pessoas', estão seres políticos com necessidades e interesses, e com uma visão definida da sociedade, como ideologia (VASCONCELLOS *apud* OKUBARU, 2000, p.18).

Os automóveis de origem chinesa são voltados na sua maior parte para o público da classe média brasileira. A classe média vem crescendo há muito tempo e é hoje a classe que mais consome no país sendo o alvo certo das montadoras chinesas. Prova disso são as montadoras que antes desenvolviam carros apenas para a classe alta da população e que hoje já estão fazendo carros populares voltados para a classe a media para conquistar esta fatia do mercado.

De acordo com matéria publicada pela revista Época, em pesquisa realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) em 12 regiões do país na última década, houve um aumento de 8% ao ano no uso de carros e 15% no de motocicletas. Já com relação ao transporte público, houve uma queda de 30% em dez anos. Carlos Henrique Carvalho, pesquisador do Ipea, diz que estes números podem por algumas pessoas representar uma melhora na qualidade de vida delas, mas para a cidade isto é péssimo, pois aumenta o trânsito na cidade, aumentando as chances de acidentes e também poluí mais. O pesquisador também afirma que 75% das pessoas que moram próximas ao trabalho, poderiam adotar medidas diferentes de transporte, como ir a pé ou de bicicleta.

As pessoas estão preferindo cada vez mais a comodidade e a praticidade sendo assim, optam por um veículo próprio. O alto valor da passagem de ônibus,

a rota do transporte público não favorável a pessoas, o tempo gasto na espera do transporte coletivo, são fatores que impulsionam o aumento do uso de veículos.

Números do Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores (Sindipeças) apontam crescimento de 7% na frota circulante brasileira em 2011, com 34,9 milhões de veículos, incluindo carros, caminhões e ônibus.

Além do falho sistema de transporte coletivo no Brasil contribuir para a demanda de veículos próprios, podemos ressaltar também a facilidade ao crédito pessoal. Nunca foi tão fácil ter um empréstimo ou financiamento aprovado. Com dinheiro no bolso, o consumidor vai buscar a melhor relação custo benefício, aonde os chineses saem na frente em comparação a outras montadoras pois todos os seus carros vem com itens de série como ar-condicionado, direção hidráulica, vidros e travas elétricos.

De acordo com Casotti e Gondenstein (2008), o setor automotivo gera um alto consumo de matéria-prima. Calcula-se que da produção total de borracha, 50% dela se destina a indústria automotiva. O mesmo acontece com o aço, 15%, e com o vidro, 25%. Para alimentar o setor de automóveis, mais de 8 milhões de pessoas estão diretamente empregadas e para cada um destes empregos, são gerados mais cinco empregos indiretos.

Conforme visto nas aulas de Logística, a cadeia produtiva envolve vários suprimentos necessários para a fabricação dos chineses aqui no Brasil. A sintonia dos fornecedores responsáveis diretamente e indiretamente pela produção final influenciará na qualidade e na competitividade do veículo fabricado. Isto enforça a hipótese de que para obter sucesso e confiança dos consumidores, os chineses precisaram de um centro de fornecimento de peças eficiente para não comprometerem o desenvolvimento da imagem da marca.

7.2 A INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA

7.2.1 No Mundo

Segundo Casotti e Goldenstein (2008, p.149), o setor automobilístico tem grande impacto na economia mundial, com participação de 2,5 trilhões de dólares por ano. Esses números do setor representam 10% do PIB dos países desenvolvidos.

Os mesmos autores ainda definem o setor automobilístico como oligopolizado, pouca oferta e muita demandam. Podemos dizer que o setor encontra-se em constante processo de parcerias, joint ventures e fusões que sustentam a ideia de que o setor é oligopolista (CASOTTI E GOLDENSTEIN, 2008).

Há mercado para o setor automobilístico em diversos países. O mercado brasileiro ainda não se encontra saturado e está longe disto. O país é um dos maiores compradores de carros do mundo.

Na década passada, vimos uma mudança na concorrência do setor gerado pelo novo padrão de gestão fabril apresentado pelos japoneses e coreanos que fizeram com que as montadoras tradicionais perdessem grandes fatias do mercado mundial.

Os chineses devem usar os seus irmãos ocidentais como exemplos de sucesso. Se eles chegaram aqui enfrentando uma concorrência ainda maior e conseguiram se firmar, as montadoras chinesas têm que seguir os passos das japonesas e coreanas que chegaram com a mesma desconfiança dos chineses e hoje são referências, ganhando cada vez mais mercado.

Coreanos e japoneses apostaram na qualidade de seus automóveis para adquirir confiabilidade do brasileiro. Não aparecem no topo de carros e montadoras mais vendidas no país porque durante muito tempo o foco de japoneses e coreanos foi de produzir carro para a classe A e B brasileira e como sabemos, a classe predominante no país é a classe média (C e D). Recentemente, com o lançamento do HB20 da Hyundai e do Etios da Toyota que eles começaram a ver com outros olhos o mercado de populares.

Se os chineses mostraram qualidade nos carros e no atendimento pós-venda, podem alcançar sucesso até maior que os japoneses e coreanos, pois estarão competindo com o mercado de populares que é responsável pelo maior número de vendas no mercado brasileiro conforme mostra a tabela de mais emplacados do ano de 2012 no tópico 7.3.1.

Na tabela abaixo vemos o ranking de vendas globais em 2011 por milhões de veículos.

Tabela 2. Ranking de vendas globais em 2011

Posição	Montadora	Veículos vendidos em milhões
1º	GM	9.03
2º	VW	8.15
3º	NISSAN/RENAULT	8.03
4º	TOYOTA	7.91
5º	HYUNDAI-KIA	6.53
6º	FORD	5.30
7º	FIAT CHRYSLER	3.88
8º	PEGEOUT CITROËN	3.50
9º	HONDA	3.10
10º	SUZUKI	2.73

Fonte: <http://parts.olathetoyota.com/2011-car-sales-statistics.html> - Acesso em 02/03/2013.

Em 2011 as vendas da Toyota foram durante afetadas devido a Tsunami ocorrida no Japão, isso justifica a baixa participação no ano perante os outros anos.

Abaixo é a vez de observamos o crescimento referente à produção mundial de autos desde 1999. Em doze anos, observa-se um crescimento de 35%.

Tabela 3. Quantidade de carros produzidos no mundo em 2011

Ano	Carros Produzidos no Mundo
2011	59.929.016
2010	58.264.852
2009	47.772.598
2008	52.726.117
2007	53.201.346
2006	49.918.578
2005	46.862.978
2004	44.554.268
2003	41.968.666
2002	41.358.394
2001	39.825.888
2000	41.215.653
1999	39.759.847

Fonte: <http://www.worldometers.info/cars/> - Acesso em 02/03/2013.

A seguir, números referentes à produção mundial de autos em 2011 por país.

Tabela 4. Produção de carros por país em 2011

Posição	País	Carros Produzidos em 2011	% Total da Produção Mundial
1º	China	14.485.326	24,0%
2º	Japão	7.158.525	11,9%
3º	Alemanha	5.871.918	9,7%
4º	Coréia do Sul	4.221.617	7,0%
5º	Índia	3.088.332	5,0%
6º	Estados Unidos	2.966.133	4,9%
7º	Brasil	2.534.534	4,2%
8º	França	1.931.030	3,2%
9º	Espanha	1.819.453	3,0%
10º	Rússia	1.738.163	2,9%
11º	México	1.657.080	2,8%

Fonte: <http://www.worldometers.info/cars/> - Acesso em 02/03/2013.

Visto a quantidade de carros produzido no mundo ano a ano, os países que mais produzem carros e as montadoras que mais venderam, podemos nos perguntar qual o país que mais comprou carros também no ano de 2011. A resposta, a China, como vemos na tabela seguinte.

Tabela 5. Quantidade de carros comprados por país em 2011

País	# de veículos comprados
CHINA	18.350.000
USA	12.775.346
BRASIL	3.400.000
ALEMANHA	3.170.000
JAPÃO	2.689.074
RÚSSIA	2.600.000
FRANÇA	2.204.200
INDIA	1.950.000
INGLATERRA	1.939.275
ITÁLIA	1.750.000

Fonte: <http://parts.olathetoyota.com/2011-car-sales-statistics.html> - Acesso em 02/03/2013.

7.2.2 No Brasil – As Quatro Grandes Fases do Setor Automotivo Nacional

Casotti e Goldenstein (2008, p.169) consideram o mercado brasileiro como um grande parque automobilístico, devido a sua efetividade, tanto na parte produtiva, com uma boa estrutura de engenharia automotiva, quanto na sua rede de concessionárias que atende todo território nacional colocando o país entre os maiores produtores de veículos no mundo.

O Brasil é visto com bons olhos pelas empresas de autos devido à facilidade ao crédito como empréstimos e financiamentos e o crescimento da classe média. Há um vasto campo para estas empresas, prova disto é a chegada constante de novas montadoras no mercado brasileiro, seja através de importação ou por consolidação de fábricas no país.

Para compreensão dos fatores que levaram este setor a tal ascensão, mostraremos a seguir as quatro grandes fases do setor automobilístico desde 1990.

A primeira fase foi a fase de estagnação do setor nos anos de 1990 a 1992. Esta foi uma fase em que a produção automotiva era apenas nacional, sem nenhuma importação de veículos. Como nossa tecnologia era atrasada, nossos carros foram apelidados de carroças pelo então presidente da República. O atraso tecnológico deu-se devido ao protecionismo. Com a abertura para o mercado externo durante o mandato de Collor, ainda naquela década, ficou a preocupação de que a nossa indústria correria riscos por ter um padrão abaixo comparado com os carros importados (CASOTTI E GOLDENSTEIN, 2008, p.175).

Podemos comparar a abertura ao mercado externo nos anos 90 com a entrada de automóveis chineses no Brasil na atualidade. Se no passado, estimulou-se a concorrência, dessa vez não é diferente. A entrada de um novo padrão de carro no mercado nacional faz com as montadoras nacionais inovem para não perderem para a concorrência.

Não são só os nacionais que enfrentam a concorrência, os importados que aqui chegam também concorrem entre si e com a produção nacional. Diríamos até de forma mais acirrada, pois além de lidar com um novo mercado e novas exigências, ainda tem que se preocupar em adquirir a confiabilidade do consumidor. Desta forma, como descrito na hipótese um, as montadoras chinesas devem alinhar qualidade com preço baixo a fim de conquistar a fatia do mercado que ela pretende.

Essa preocupação levou o governo, indústrias e concessionárias a selarem um acordo automotivo a fim de modernizarem o setor por meio da criação da Câmara setorial da Indústria Automobilística, que funcionou durante dois anos e através dela firmaram-se dois grandes acordos para redução de carga tributária e do preço ao consumidor final. (CASOTTI E GOLDENSTEIN, 2008, p.175).

Estas medidas foram tomadas para que as montadoras se equiparassem com a tecnologia que os importados da época apresentavam.

A formação do MERCOSUL em 1991 trouxe uma nova expectativa para o setor. Com o acordo previa-se um fortalecimento do setor automotivo no continente com o livre comércio, mas mesmo assim as montadoras nacionais não resistiram à concorrência internacional. (CASOTTI E GOLDENSTEIN, 2008, p.176).

Nossa indústria estava muito atrás da tecnologia apresentada pelos importados e mesmo com investimentos, precisamos de tempo para nos adaptar aos moldes do padrão fabril das estrangeiras.

A segunda fase, de 1993 a 1997, foi a fase da ascensão. O programa carro popular lançado em 1993 que reduzia cargas tributárias para os veículos de baixa motorização, isso é, veículos de até 1.000 cilindradas, colaborou com a reestruturação do setor. A produção teve um aumento significativo nesse período, aumentando 70% de 1991 para 1994. (CASOTTI E GOLDENSTEIN, 2008, p.176).

Para competir com a concorrência, foi necessária a inovação, surgindo assim os carros populares de mil cilindradas que até hoje são sucesso de vendas.

Isso pode servir de exemplo para os chineses, inovar de maneira certa, pode proporcionar grandes ganhos a empresa.

O Plano Real lançado 1994 foi de suma importância para o setor automotivo, trazendo estabilidade financeira e aumento da demanda doméstica. Porém as expectativas de crescimento ainda eram reciosas, gerando um receio quanto a investimentos. Assim em 1995, uma política industrial voltado para o setor resultou em grandes investimentos para o mesmo. (CASOTTI E GOLDENSTEIN, 2008, p.176).

Vale resaltar que esta política visava gerar investimentos para que o mercado nacional pudesse competir à altura dos importados. Esta também atraiu empresas que decidiram se implantar no país devido a incentivos fiscais. No final dos anos 90, muitas montadoras instalaram-se no Brasil e as que aqui já se encontravam construíram novas fábricas. Todo este investimento praticamente dobrou a capacidade produtiva do setor. (CASOTTI E GOLDENSTEIN, 2008, p.176).

Conforme visto na disciplina de economia, uma economia forte e uma moeda estável atraem investidores e acionista para o nosso país. Em 1994, a estabilização financeira do Brasil trouxe segurança para que fosse feito um investimento maciço no setor. Atualmente, assim como aconteceu nos anos 90, a estabilidade econômica brasileira, permite não só investimentos no setor nacional, mas sim a vinda de mercados emergentes para cá, como a China, por exemplo.

A terceira fase, 1998 a 2003, foi marcada pela queda do mercado de veículos automotivos devido à crise asiática no segundo semestre de 1997. Os países de economia emergentes foram duramente afetados e como

consequência, no Brasil houve um aumento das taxas de juros para recuperar a confiança dos investidores. Esta medida afetou o setor de automóveis cujas vendas dependem de crédito e financiamento, sendo assim as vendas foram drasticamente afetadas, bem quando os investimentos feitos para aumentar a capacidade do setor estavam na reta final. Em 1999 as vendas chegaram ao patamar mais baixo desde 1993 com 1,3 milhão. (CASOTTI E GOLDENSTEIN, 2008, p.178).

Com a globalização, as economias se tornam na maioria das vezes dependentes uma das outras, afetando assim alguma parte do setor econômico de um país quando outro entra em crise.

Com a baixa produtividade nas fábricas, as montadoras para diminuir custos começaram a explorar um novo mercado, o de carros baratos e compactos. A partir de então, o país obteve uma vasta experiência no ramo e hoje se tornou exportador dessa tecnologia. (CASOTTI E GOLDENSTEIN, 2008, p.179).

Carros baratos e compactos. É exatamente esse o foco dos automóveis chineses basta analisarmos a frota comercializada da JAC Motors por exemplo. Em seu site, é possível navegar pela sua frota e ver o preço de cada veículo. Dos seis carros que são comercializados pela JAC, quatro são populares.

A crise Argentina em 2001 afetou o MERCOSUL e o seu principal parceiro no bloco, o Brasil, comprometendo o crescimento do PIB naquele período. Com tais acontecimentos, a descrença no setor era forte em 2003. Os investimentos feitos na década e a diminuição do ritmo de produção preocupavam as montadoras. Com cinco anos de prejuízos acumulados, as montadoras tiveram de repensar suas atividades no Brasil. (CASOTTI E GOLDENSTEIN, 2008, p.179).

A quarta fase, de 2004 a 2008, foi a retomada de investimentos. O pessimismo de 2003 foi de grande parte, devido as eleições presidenciais do ano anterior. Pela primeira vez na história, o país elegia um candidato de esquerda e não se sabia qual rumo à economia do país seguiria, gerando incertezas por parte das montadoras. Mas o governo continuou com o mesmo padrão do governo anterior e aumentou a confiança dos investidores, fazendo com que as taxas de juros diminuíssem. Com cenário propício para o crescimento, a economia voltou a ascensão e o setor automotivo se recuperou. (CASOTTI E GOLDENSTEIN, 2008, p.179).

As exportações que funcionaram como uma válvula de escape nos anos anteriores continuaram em ascensão em 2004 e 2005. De lá pra cá as exportações vem diminuindo e o inverso vem ocorrendo com as importações, que tem tido crescimento assíduo. (CASOTTI E GOLDENSTEIN, 2008, p.179).

O número de exportações chinesas vem aumentando durante os anos como vimos no gráfico apresentado na justificativa, houve um aumento de 700 mil veículos exportados de 2009 para 2012. Isto significa que os chineses não são pioneiros no ramo, muitas montadoras já vieram para cá e passaram pelo mesmo processo que os chineses estão passando e melhor de tudo é que grande maioria conseguiu se firmar dentro do mercado automobilístico brasileiro. Sendo assim, os chineses podem seguir o exemplo daqueles que já passaram pelos menos obstáculos.

As medidas para regularização do crédito em 2003, baixa taxa de juros, aumento para o prazo de pagamentos, foram de suma importância para a retomada do aumento das vendas/produções, pois grande parte das compras é através de financiamentos e consórcios.

7.3 MERCADO BRASILEIRO DE AUTOMÓVEIS

7.3.1 Produzidos no Brasil

De acordo com matéria publicada pelo Estado de São Paulo, o Brasil é o quinto país com maior número de montadoras produtoras de veículos leves. Por aqui há 14 montadoras. Este número deve aumentar até 2014 com a chegada da JAC Motors, Chery e BMW. Das três, a BMW foi a última a confirmar o investimento no Brasil. JAC e Chery já iniciaram a construção de suas fábricas. (JORNAL DA GLOBO, 2012).

A tabela seguinte nos mostra o ranking de venda das montadoras no ano de 2012. Percebe-se que as quatro primeiras do ranking, são as montadoras nacionais que primeiro chegaram ao Brasil, Ford, VW, GM e FIAT.

Tabela 6. Montadoras que mais venderam no Brasil em 2012

Posição	Montadora	Qtde Produzida	Participação no Mercado
1º	FIAT	838.160	23,06%
2º	VW	768.338	21,14%
3º	GM	642.536	17,68%
4º	FORD	323.643	8,90%
5º	RENAULT	241.556	6,65%
6º	HONDA	134.938	3,71%
7º	TOYOTA	113.728	3,13%
8º	HYUNDAI	108.351	2,98%
9º	NISSAN	104.791	2,88%
10º	CITROEM	74.590	2,05%
11º	PEUGEOUT	72.050	1,98%
12º	MITSUBISHI	60.572	1,67%
13º	KIA	41.159	1,13%
14º	JAC	18.037	0,50%
15º	CHERY	14.216	0,39%
16º	M.BENZ	10.555	0,29%
17º	BMW	8.847	0,24%
18º	HAFEI	8.806	0,24%
19º	LAND ROVER	8.180	0,23%
20º	SUZUKI	7.115	0,20%

Fonte: Fenabrave

Estes números deixam claro que o setor automobilístico nacional é oligopolizado, com quatro montadoras correspondendo a 70% da produção nacional de veículos. Nota-se que JAC e Chery terminaram o ano na 14º e 15º posição respectivamente.

Em Santos e Pinhão (1999) observa-se que o início da fabricação de autos no Brasil teve início no final de 1950 com a consolidação da Volkswagen, Ford e GM.

A FIAT chegou no Brasil em 1974, construindo sua fábrica em Betim – MG (SENHORAS, 2005).

O setor teve grandes incentivos fiscais do governo federal em seu início além de coincidir com a política de internacionalização das grandes montadoras que vieram para cá no final dos anos 50 (SENHORAS, 2005).

Abaixo, números acumulados até Dezembro dos carros mais emplacados no ano de 2012.

Tabela 7. Carros mais emplacados no ano de 2012

Posição	Modelos	Emplacados em 2012
1º	VW Gol	293.293
2º	FIAT Uno	255.838
3º	FIAT Palio	186.384
4º	VW Fox & Cross Fox	167.685
5º	GM Celta	137.617
6º	FORD Fiesta	113.617
7º	FIAT Siena	103.547
8º	GM Corsa Sedan	98.551
9º	RENAULT Sandero	98.442
10º	VW Voyage	96.394

Fonte: Fenabrave

Os dados de emplacamento anual gerados pela Fenabrave mostram os cinquenta carros mais emplacados do ano. Na listagem, não há nenhum veículo chinês.

O quadro a princípio pode não ser animador para os chineses que planejam conquistar o mercado brasileiro, mas se fizermos uma análise sobre os fatos desta tabela, este pensamento inicial sobre o ranking acima mudará. Todos os carros da tabela são considerados “populares” pelo preço em que são praticados. Fator favorável para os chineses, este é o alvo deles e é aonde a maioria dos carros de sua frota se classificam “populares”. O fato de haver apenas carros nacionais e nenhum importado no ranking, não é motivo para preocupação, é apenas um indicador, indicador de que o brasileiro ainda tem receio de comprar um importado por diversos fatores que abordaremos mais tarde nesta pesquisa. Isso nos leva a crer que os chineses, JAC e Chery tomaram a decisão correta ao decidirem abrir uma fábrica no Brasil, este será o primeiro passo para a quebra dos paradigmas: *made in China* e veículos importados. Uma observação importante a ser feita aqui, é que dos 10 carros do ranking acima, apenas um, o Sandero pertence a uma montadora que não faz parte das que chegaram ao Brasil nos anos 50. Prova de que quanto mais tempo a montadora se encontra aqui, mais confiança se obtém, o que mostra que o processo de confiança é longo e tem que ser eficaz devido a grande concorrência.

7.3.2 Abertura Econômica – Crescimento nas Importações

Ueda (2011) afirma que as quatro grandes empresas automobilísticas que atuam no Brasil, (Ford, GM, Volkswagen e FIAT) apresentaram em 2011, queda nas vendas dos seus principais modelos comercializados. Em 2004, esses veículos correspondiam a 57% das vendas enquanto em 2011 a participação caiu para 36%. Foi a primeira vez desde a abertura para as importações no ano de 1990 que as quatro maiores montadoras enfrentaram essa concorrência.

Senhoras (2005) observam que a grande concorrência atual no setor de autos é decorrente da saturação do mercado nacional em que uma montadora se encontra além da experiência adquirida neste ramo.

As montadoras chinesas, por exemplo, pelo país ser o maior produtor de automóveis e o maior consumidor de carros no mundo conforme vimos nas tabelas do tópico 7.2.1, é um mercado que já está saturado, não tendo mais por

onde crescer internamente, enquanto isso há outros mercados, como o brasileiro, que estão em expansão e apresentam condições favoráveis para o crescimento (facilidade ao crédito, transporte público ineficaz e caro). Arelado a estes fatores, os chineses podem usar o conhecimento obtido no crescimento interno do seu mercado e usarem no mercado externo aonde pretendem dominar.

O baixo preço do dólar no Brasil estimula as importações como vimos nas aulas de Comércio Exterior, sendo este também um fator responsável pelo aparecimento de veículos chineses no Brasil.

A tabela abaixo nos mostra dados da ABEIVA, referentes ao número de vendas de importados no mercado brasileiro vindo tanto do MERCOSUL quanto de outros países desde os anos 2000. É notável analisando os números da tabela, que o crescimento total de importações foi contínuo desde 2005.

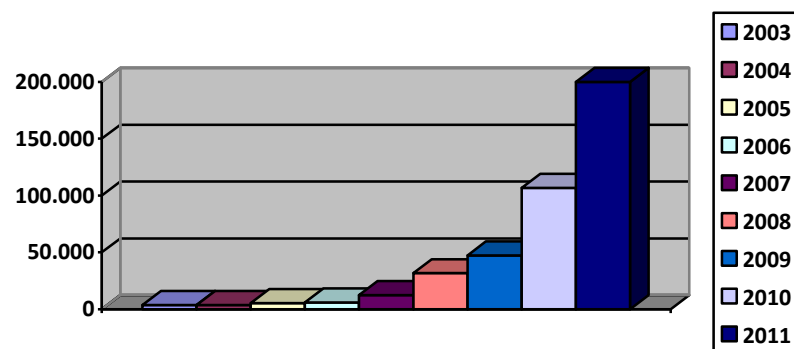
Como visto nas aulas de economia, a facilidade ao crédito faz com que o consumidor tenha maior poder de compra e assim, com dinheiro no bolso ele consegue pagar um pouco mais caro em um carro. Mas por que alguém compraria um importado ao invés de um nacional? O consumidor tem em mente a ideia que o que vem de fora é melhor. Ele não está errado de pensar assim quanto aos automóveis. Testes como o Car Crash divulgado pelo NCAP (Programa de Avaliação de Carros Novos da América Latina) em Novembro de 2012, já comprovaram a falta de segurança e baixa qualidade dos nossos automóveis que ainda acabam sendo comercializados por um preço muito mais alto comparado com outros países.

Segundo a ABEIVA (Associação Brasileira das Empresas Importadoras de Veículos Automotores), o processo de abertura econômica aqui mesmo citado anteriormente, permitiu que algumas empresas que começaram inicialmente suas atividades no Brasil por meio de importações, após certo tempo tornaram-se fabricantes dentro do país. Assim, em cerca de cinco anos, o setor automobilístico deixava de ter só as quatro principais montadoras nacionais como FIAT, Ford Volkswagen, GM e passava a ter quatorze.

A associação também define o papel do setor de importados como o de experimentos. As montadoras, já com planos a longo ou curto prazo de construir uma planta no país, “infiltram-se” no mercado por meio de importações para depois analisarem se ficam no país e constroem uma planta fabril.

O Brasil passa pelo mesmo processo hoje. Podemos comparar, por exemplo, a JAC Motors com a Hyundai no passado. A coreana chegou ao nosso mercado cheia de desconfiança e com muito a ser provado, acumulou fracassos, mas aprendeu com seus erros e hoje se tornou um referencial. A JAC Motors pode trilhar o mesmo caminho de forma mais curta, ela não precisa aprender com seus erros para crescer, ela só precisa analisar os erros que as demais montadoras (Hyundai, Toyota e Kia) já cometerem e aprender com os erros cometidos pelos demais, podendo assim alcançar o sucesso da marca no país.

Tabela 8. Vendas de carros importados no mercado brasileiro



Fonte: *Abeiva*

7.3.3 A Entrada dos Chineses

O mercado automobilístico chinês tem ganhado força na mesma proporção que o mercado chinês em geral. Em 2009 o país tornou-se o líder mundial na venda de veículos superando os EUA, vendendo aproximadamente 13 milhões de veículos contra 10 milhões dos norte-americanos (ANFAVEA). No Brasil, o número da participação de veículos importados de origem chinesa vem crescendo.

O crescimento econômico da China nos últimos anos é alto, o PIB chinês cresce em média 9% a.a e é conhecido por todos nós. Muitos podem perguntar-se: Quais as causas deste acelerado crescimento?

Nonnenberg (2009) define que as causas que levaram a China a ter um extraordinário aumento nas exportações são: os investimentos diretos externos devido ao baixo custo de uma mão de obra qualificada, estímulos ao setor industrial tais como incentivos fiscais a empresas que se localizam em setores econômicos especiais, proibição de investimentos em certos setores, obrigatoriedade das multinacionais a se associarem com empresas locais. Outro fator é o câmbio chinês desvalorizado e a uma taxa fixa, o que estimula as exportações.

Casotti (2008) aponta que a mão de obra chinesa representa apenas 5% do total do custo dos automóveis produzidos, (em países desenvolvidos a porcentagem é de 15%) motivo que leva as montadoras da China a se especializarem na produção de veículos ultrabaratos que pecam em segurança e qualidade, mas que lançam como o próprio ator diz, “veículos para o povo”.

Segundo a ABEIVA, em 2011 a participação do número de carros importados sobre o mercado brasileiro foi de 5,82%. Desse total, 1,5% refere-se às montadoras chinesas, que em 2010 tinham 0,33% de participação e em 2009, apenas 0,1%. De acordo com dados da FENABRAVE (Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores), quatro modelos chineses já estão entre os 15 mais emplacados da categoria hatch pequenos, no acumulado de Janeiro a Maio de 2011. O J3, da JAC, o Face e o QQ, da Chery, e o LF320, da Lifan, responderam em 2011 por 4,82% dos emplacamentos desse tipo de veículo.

Como é possível ver na tabela abaixo, o Brasil emplacou em 2011, 199.366 mil veículos importados pela ABEIVA onde, 65.171 mil vieram da China, representando 32% do total de importados emplacados, ficando atrás apenas da Coreia, 41%.

Tabela 9. Emplacamento de veículos importados em 2011 por país de origem



Fonte: Abeiva – Coletiva de imprensa 2012

Ainda referente ao crescimento das montadoras chinesas, em 2011 conforme podemos ver na tabela abaixo, os chineses foram os que mais cresceram. Chery e Effa que começaram a comercialização em 2010, cresceram em 2011, 209,2% e 109,07% respectivamente. Não foi possível determinar o crescimento da JAC Motors neste mesmo período devido ao fato da comercialização de sua frota ter começado pra valer apenas em 2011.

Tabela 10. Emplacamento de importados em 2011 por montadora

Marca	# Emplacados 2011	# Emplacados 2010	Varição
JAC	23.725	2	-
Chery	21.669	7.008	209,2%
Volvo	5.206	2.178	139,0%
Effa	9.155	4.379	109,1%
Hafei	8.273	4.208	96,6%
Nissan	67.268	35.874	87,5%
Audi	5.461	3.266	67,2%
Suzuki	7.382	4.569	61,6%
Land Rover	8.181	5.208	57,1%
Kia	77.194	54.471	41,7%
BMW	11.921	8.455	41,0%
Mitsubishi	55.533	44.608	24,5%
Renault	194.294	160.299	21,2%
Mercedes-Benz	15.467	13.036	18,6%
Hyundai	114.927	106.012	8,4%
Citroën	90.043	84.057	7,1%

Fonte: Carros IG

O aumento de participação dos chineses neste caso foi decorrente do fortalecimento da marca no país com ações de marketing que fizeram as pessoas saberem que a marca estava no Brasil. Em 2010, quando chegaram, chegaram de maneira tímida. Conforme visto na disciplina de marketing, a novidade gera a curiosidade nas pessoas.

Números recentes da FENABRAVE referentes ao ranking de veículos mais vendidos no mês de Fevereiro de 2013 apontam a JAC Motors como a melhor colocada entre as marcas chinesas. A montadora ficou classificada na 14ª posição do ranking geral de vendas, vendendo 1.467 veículos no mês.

A estratégia chinesa é usar as importações como forma de teste para a partir de então instalar suas fábricas no Brasil. Para as empresas, a presença local é de suma importância para conquistar a confiança dos compradores e das concessionárias se acostumarem com as regras brasileiras e com o perfil dos consumidores.

Vieira (2010) prevê que a China siga o modelo de internacionalização das montadoras japonesas e coreanas, usufruindo os aprendizados dos processos anteriores para ganhar mercado.

Em Novembro de 2011, a JAC Motors confirmou a construção de uma planta em Camaçari na Bahia com investimento de 900 milhões. A previsão é que a fábrica comece a operar em 2014 segundo informado pelo próprio site da montadora.

Outra montadora chinesa, a Chery (Maior montadora chinesa de automóveis), assim como a JAC, já deu início a construção de sua fábrica em Jacareí-SP e suas operações tem previsão de início ainda para o final de 2013. (AUTO ESPORTE, 2012).

Considerada hoje a “Fábrica do mundo”, a China sabe que para conquistar a confiança dos seus consumidores e continuar com este rotulo, deve acabar com o paradigma do *made in China*, o maior obstáculo das empresas automobilísticas chinesas que buscam se internacionalizarem.

Vieira (2010) diz que após as empresas chinesas avaliarem o mercado aonde elas pretendem atuar, a mesma tirará como ensinamento os resultados obtidos através de joint ventures e assim poderão oferecer carros de qualidade como os japoneses e coreanos.

Vieira (2010) prevê que outra possibilidade para criar uma boa imagem das montadoras chinesas é a aquisição de marcas e de know-how de empresas do mesmo ramo de origem ocidentais, pois alguns fabricantes de nome reconhecido mundialmente estão em processo de venda.

7.3.3.1 JAC Motors

De acordo com informações do seu site oficial, foi fundada na China em 1964 sob o nome de Jianghuai Automobile Co. Ltd. Inicialmente produzia apenas caminhões e hoje conta com uma frota de veículos que atendem a diversos segmentos. É a maior produtora de chassis de ônibus, caminhões e veículos leves na China além de ser a maior exportadora de automóveis da China.

Segunda consta no site da montadora, sua primeira exportação foi para a Bolívia em 1990. De lá para cá a marca cresceu de forma inesperada. Hoje a marca tem participação em mais de 100 países da América, Europa, Ásia e Oceania. Ela conta com dois centros de desenvolvimento. A empresa conta com dois centros internacionais de desenvolvimento, um em Turim na Itália e outro no Japão, os dois são responsáveis por desenvolver novos projetos.

No Brasil a montadora chegou em 2010 sendo representada pelo grupo SHC do empresário Sérgio Habib, ex-presidente da Citroën Brasil.

A marca aposta na garantia de 6 anos e itens de série para toda a sua frota como principal chamariz. Basta ligarmos a TV, vemos um outdoor da JAC nas ruas, ou até mesmo no site da montadora, que visivelmente notaremos a grande propaganda feita em cima da garantia de 6 anos e dos itens como air bag, ar condicionado, rodas de liga e leve entre outros itens de série.

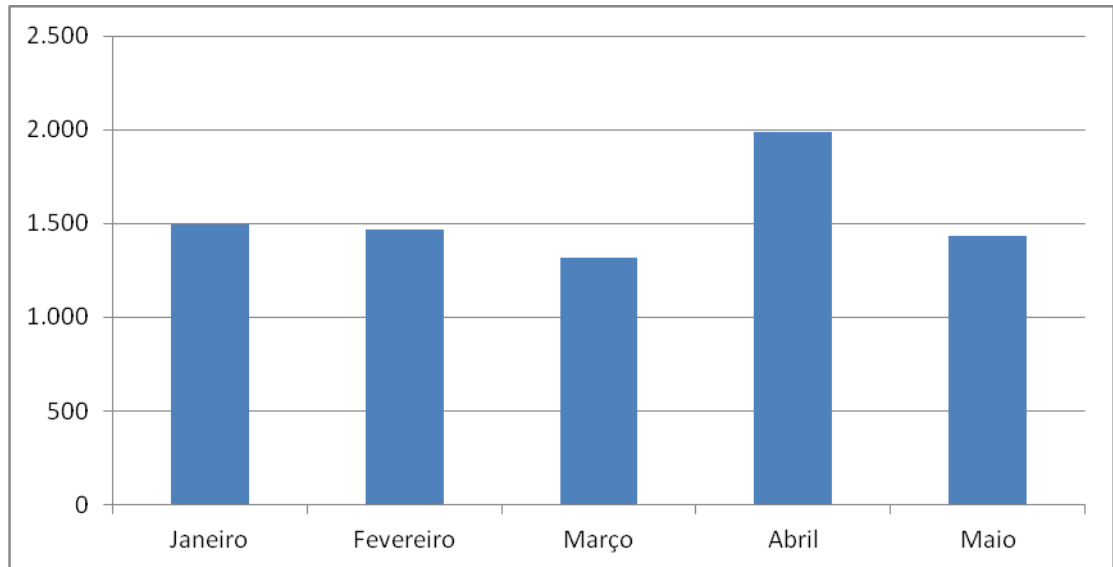
Em sua chegada ao Brasil, conforme anunciado pela Quatro Rodas (2009) a montadora inicialmente comercializava 4 veículos, o J3 sedã e hatch, o J5 e o J6. Atualmente conforme podemos ver no site oficial da JAC, 2 carros e 1 utilitário foram adicionados a frota da JAC, são eles: o J2, o J3S e o T140. O compacto J2 é o mais barato de toda a frota e veio para competir com os carros populares de outras marcas devido ao seu preço ser na mesma faixa dos concorrentes.

Segundo números da Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave), a JAC Motors terminou o primeiro semestre de 2011 na 14^o posição no ranking de vendas e terminou o ano emplacando 23.725 mil carros, com uma fatia de 0,68% do mercado naquele ano.

Em 2012, conforme podemos observar na tabela da página seguinte, o número de carros emplacados pela JAC Motors no ano foi de 18.042, uma queda de 24% com relação às vendas de 2011.

Quanto a 2013, nos três primeiros meses do ano, o número de vendas encontra-se em declínio contínuo.

Tabela 11. Vendas da JAC Motors Brasil em 2013



Fonte: *Elaboração própria com base nos dados extraídos de: Ranking Carros IG*

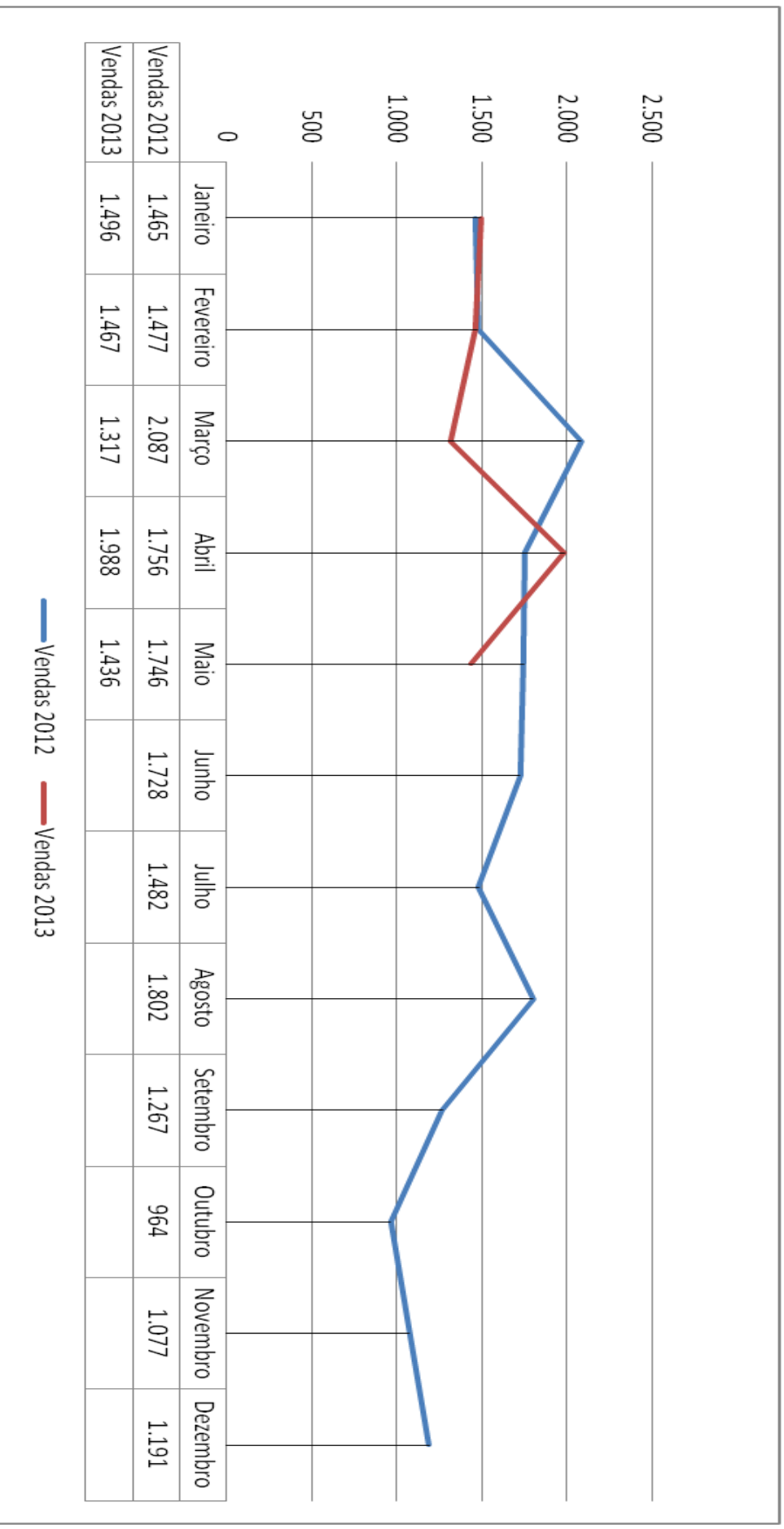
Uma das razões para esta queda foi o aumento do IPI para os veículos importados fora do MERCOSUL conforme Decreto presidencial 7.567 publicado no Diário Oficial da União no dia 16 de Setembro de 2011 (G1, 2011).

"A perspectiva era vender 3.000 carros por mês no início, ou 30.000 no ano. E tudo ia muito bem até setembro (2011)" - Sergio Habib, presidente da JAC Motors Brasil.

Mesmo sem repassar o aumento do IPI à frota, as vendas não se mantiveram. Habib culpa o corte em publicidade pela queda nas vendas. Diz que em 2011 a empresa investiu 80 milhões em publicidade, hoje este gasto foi reduzido para um terço. Segundo o presidente, toda a empresa passou por um enxugamento (QUATRO RODAS, 2012).

O quadro de vendas do ano de 2013 não coincide com o de 2012. Como podemos ver no gráfico abaixo, as vendas em 2012 foram superiores as vendas do ano atual, 2013. O cenário atual é modesto. A abertura da fábrica da JAC Motors no Brasil pode fazer com que as vendas da empresa tomem novo rumo.

Tabela 12. Comparativo de vendas da JAC Motors Brasil entre 2012 e 2013



Fonte: Elaboração própria com base nos dados extraídos de: Ranking Carros IG

Conforme podemos ver na tabela 12, foram vendidos no ano passado 18.042 carros. Na comparação de Janeiro a Maio, em 2012 foram vendidos 8.531 carros, enquanto no mesmo período em 2013, 7.704 carros.

Em matéria publicada pelo site *Época Negócios* (2012) a respeito do impacto que o aumento do IPI teve sobre as ações de marketing da empresa, Eduardo Pincigher, diretor de comunicação da JAC Motors disse: "Para reduzir custos, cortamos para praticamente zero o orçamento de publicidade, que foi de R\$ 120 milhões no ano passado".

Já em 2013, os meses de Janeiro e Fevereiro mantiveram a média de vendas de 2012, com 1.496 veículos emplacados em Janeiro e 1.467 para o mês de Fevereiro.

Desde Maio de 2012, os veículos da JAC, assim como todos os demais, ainda estão sendo comercializados com preços inferiores devido à redução no IPI anunciado pelo ministro da Fazenda, Guido Manteiga, publicado no dia 22 de Maio de 2012 no Diário Oficial da União sob o decreto 7.725 que fazem parte de um pacote contra a crise.

Em média, os veículos da JAC apresentam redução de 6,8% nos preços segunda matéria publicada pelo site *Carros IG* (2012).

Em 18 de Novembro de 2011, a JAC Motors confirmou em seu site a construção de uma planta no polo industrial de Camaçari na Bahia com investimento de R\$900 milhões, capacidade anual de 100 mil veículos, gerando 3.500 empregos diretos e 10.000 indiretos. A previsão é que a fábrica comece a operar em 2014.

Atualmente a JAC conta com uma rede de 79 concessionárias espalhadas de norte a sul do Brasil como podemos ver no mapa abaixo de acordo com o site da JAC. Das 79 concessionárias, 23 estão localizadas no estado de São Paulo. Para os moradores de Americana, a rede mais próxima fica em Campinas no bairro Cambuí.

Figura 1. Concentração de concessionárias JAC no Brasil



Fonte: Site oficial da JAC Motors Brasil

7.3.3.2 Qualidade dos Automóveis Chineses

A revista Quatro Rodas da editora Abril, faz um teste de longa duração com os novos e principais veículos do mercado. O teste consiste em uma análise minuciosa dos veículos após terem atingido os 60 mil km rodados. O carro é desmontado por inteiro e avaliado em todos os aspectos. Durante o teste, os cuidados com os carros são os mesmo, troca de óleo, revisão na concessionária, todos os procedimentos básicos de manutenção são adotados.

O J3 hatch da JAC Motors enfrentou o teste da revista rodando os 60mil quilômetros no ano de 2011. O carro passou por viagens de longa duração durante o teste, passando por Goiás, Paraná e Minas Gerais, além de Distrito Federal e cinco cidades do interior paulista. A matéria avaliando o carro foi publicada na revista Quatro Rodas edição nº 628, Março de 2012.

O carro foi muito elogiado pelo mecânico Fábio Fukuda, responsável por desmontar o carro e fazer a avaliação. Destaque para o câmbio que aparentava ainda estar em condições novas de uso mesmo após os 60mil km rodados e também para a suspensão que foi descrita como a em melhor estado de todas as que já foram vistas nos testes. Destaque também para a rede de concessionárias

da empresa. Durante todas as paradas nas oficinas, tanto para revisão, quanto para reparos simples, o atendimento do serviço prestado foi excelente segundo a revista. Vários reparos e trocas de peças foram oferecidos por cortesia, o que fez a revista até desconfiar que as concessionárias soubessem que o carro se tratava da Quatro Rodas, mas outros leitores da revista já haviam elogiado o atendimento prestado pela rede de concessionárias da JAC. Durante os 60 mil km rodados, o carro apresentou alguns defeitos simples, como problema elétrico, alto falante queimado, problema no vidro elétrico, mas nada de grave que comprometesse a parte mecânica do carro. Abaixo, a relação de problemas/defeitos que o carro apresentou durante o teste de quilometragem da revista Quatro Rodas.

- **158 km** – rádio com dificuldade de sintonia
- **216 km** – Bandeja da suspensão com bucha danificada é substituída em garantia
- **4 405 km** - Vidros elétricos deixam de funcionar pela primeira vez
- **8 003 km** – Substituição do chicote do vidro elétrico da porta traseira direita
- **31 580 km** – Luz de injeção acesa no painel
- **52 400 km** – Substituição da linha de alta pressão do sistema hidráulico da direção
- **52 579 km** – Substituição (não informada) da caixa de direção

O veredicto final da revista com relação ao carro foi:

Digno de elogio, o J3 deixará saudade. Assim como o serviço prestado pela rede. Apesar da obrigação de parar a cada 5 000 km, o chinês também se destacou pelo baixo custo de manutenção, menor até que o de alguns populares testados no Longa Duração. Se você ainda tinha preconceitos com relação à qualidade do carro e da rede, fim do mistério: o JAC J3 vale seu investimento (MALHEIROS, 2012, p.96).

7.3.3.3 Opinião Pública dos Proprietários

Para averiguarmos a opinião pública sobre a marca, analisaremos as estatísticas do site reclame aqui, que é um site público aonde o cliente, insatisfeito com um bem adquirido ou com algum serviço, posta sua reclamação e aguarda o contato da empresa pelo próprio site para solucionar o problema.

De acordo com Mauricio Vargas, dono do site reclame aqui, em entrevista ao site INFO Online em Julho de 2012, afirma que o site recebe de 250 a 300 mil visitas por dia, onde deste total, 4% dos usuários postam alguma reclamação. Os demais buscam apenas referências, avaliações de um produto ou serviço.

Abaixo os dados referentes à JAC Motors no site reclame aqui desde o cadastro da empresa no site em 06/04/2011 até Março de 2013.

Figura 2. Reputação da JAC perante internautas



Fonte: Reclame Aqui

As principais reclamações são referentes à parte mecânica e elétrica, mal acabamento interior, ferrugem, indicador de gasolina que o ponteiro não sobe após o abastecimento e demora na entrega.

Em 22 de Fevereiro de 2013 às 20h48min, a proprietária de um JAC, Maria Helena de Vitória/ES, postou a seguinte reclamação:

Em agosto 2011 comprei um veículo da JAC MOTORS BRASIL - um J3 TURIM à vista na concessionária de Vitória-ES, e, com apenas três meses de uso após a compra iniciou-se minha "via sacra" - sempre na concessionária para fazer "reparos e acertos" tipo: freio baixo, luz do freio que não apaga nunca ao ponto de esquentar muito, luz indicadora de falha no motor acesa, barulho como se fosse turbina de um avião, indicador do tanque de combustível que não funciona, pane e o carro não liga, e, agora as vezes não sei a que velocidade estou, pois o ponteiro do velocímetro não marca (sobe e desce bruscamente) você acelera mas o ponteiro não marca a velocidade ou então esta marcando e bruscamente cai para a indicação do zero e assim permanece por algum tempo. Tenho levado o carro na revendedora/oficina da empresa e lá eles prometem acertar tudo, porém, passa-se alguns tempo e ou até mesmo dia seguinte e tudo de novo. Eu tenho retornado a concessionária algumas vezes para acertar os mesmos problema. E tem sido assim a minha vida, dias comum lindo carro J3Turim e outros sem ele - à pé. Eu não comprei um carro zero KM (que hoje está com apenas 18 meses e +/- 13.000 KM rodados) para ficar inda e vindo de oficina. Eu não comprei um carro zero KM para ficar na mão pela manhã ao sair para o trabalho e por isso chegar atrasada. Meu chefe já não acredita, pois volta e meia tenho que levar o carro a oficina - um carro novo???? na oficina??? (Houve uma situação que em um posto de gasolina após abastecer (pedir para completar o tanque) o ponteiro indicador de combustível permanecia como se estivesse vazio, reclamar com o frentista, chamar a policia e registrar ocorrência pois achei que estava sendo [editado pelo Reclame Aqui] pelo posto. E depois, constatar na oficina da empresa JAC MOTORS que o problema estava no funcionamento do meu carro. E o problema não foi resolvido até hoje. Disponível em: <<http://www.reclameaqui.com.br/4588905/jac-motors-brasil/veiculo-novo-zerado-sera-parece-velho-sempre-com-defeito/>>. Acesso em: 19 Mar. 2013.

No site da revista Quatro Rodas, onde foi publicada a matéria sobre o teste de longa duração, no final da página, há um espaço para que os leitores façam comentários usando um plugin do facebook. Como já foi apresentado um comentário negativo, apresentaremos agora um positivo, retirado do site Quatro Rodas onde foi publicada a matéria.

Em 23 de agosto de 2012 às 20h41m, o leitor Robson escreveu:

Não tenho o que reclamar meu J3 já tem 18.000 KM sem problemas..e sem ficar um dia se quer na revisão ..precisei substituir uma peça .agendaram e foi feita a manutenção em menos de 40 minutossem custo....se fosse qualquer carro nacional estaria eu desembolsando uma grana com mecânico...como aconteceu quando tinha um ponto que só me deu dor de cabeça. Disponível em: <<http://quatorrodas.abril.com.br/blogs/longaduracao/2011/04/05/j3-na-frota-do-longa-duracao/>> Acesso em: 19 Mar. 2013.

Outra montadora chinesa, a Chery, tem uma reputação bem pior que a da JAC de acordo com as estatísticas de reclamações do site reclame aqui. A Chery tem cadastro no site de reclamações reclame aqui desde 24/08/2010.

Figura 3. Reputação da Chery perante internautas



Fonte: Reclame Aqui

Um caso que repercutiu nacionalmente foi o da proprietária Michele Coelho Araújo, que indignada, fez um protesto colocando um adesivo no vidro traseiro do seu carro e em poucos dias a foto circulava pelas redes sociais da internet.

Michele, proprietária do veículo Chery Face, foi vítima de um sinistro com seu veículo em Maio de 2011. Segundo a dona do veículo, o carro foi deixado na concessionária para ser arrumado. A concessionária pediu de 30 a 45 dias para consertar o carro e após o prazo estipulado, a mesma só prorrogava o prazo e não informava quando seria providenciado o conserto do carro. Indignada a dona decidiu expressar publicamente sua indignação colocando um adesivo no vidro traseiro do automóvel com os seguintes dizeres: “Não tem peças, nem previsão de chegar. Pense num arrependimento!!!”. Após processar o fabricante, a proprietária finalmente teve o veículo arrumado depois de uma espera de 5 meses. A concessionária alegou que a demora foi devido à peça comprometida ser um item de pouca solicitação. (VRUM, 2011)

Figura 4. Dona de Chery Face batido faz propaganda contra carros chineses



Fonte: VRUM

No artigo “Os efeitos da publicidade negativa nas atitudes dos consumidores” de autoria de Matos e Veiga (2003), chama a atenção a seguinte afirmação:

“Um resultado comum nesses estudos, portanto, tem sido o “efeito da negatividade”, segundo o qual se dá maior importância a informações negativas que a positivas na avaliação geral de algum objeto”. (2003, p.71)

Em outras palavras, os autores deste trecho querem dizer que as informações negativas tem maior poder de influência sobre o consumidor do que as informações positivas.

Afirmções negativas como estas que vimos da JAC e da Chery, denigrem a imagem da empresa e é totalmente prejudicial para o desenvolvimento e expansão delas. Hoje em dia com a globalização, as notícias se espalham rapidamente pelos meios de comunicação, e a internet sendo um dos meios de busca do consumidor para a avaliação do produto que ele deseja buscar, se torna uma aliada ou inimiga do fabricante. Reputações ruins de opinião pública farão com o que consumidor desista de ter um veículo chinês derrubando a estratégia adota por estas montadoras que é a de oferecer veículos completos por um preço menor ao praticado pela concorrência e com uma garantia maior.

7.3.3.4 Car Crash Test

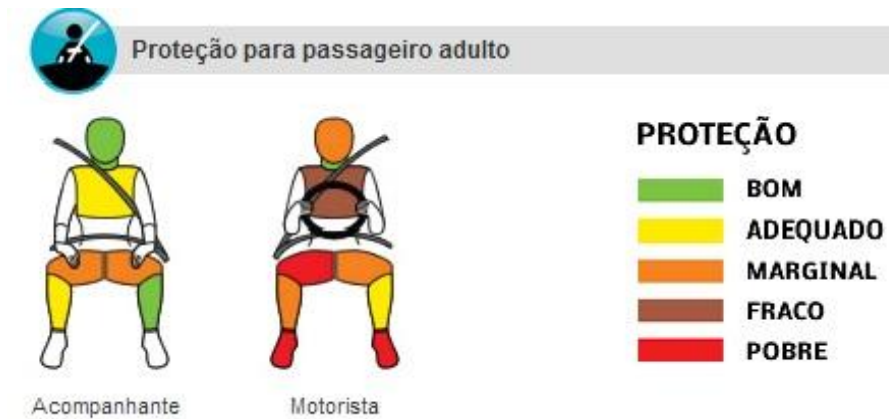
É um teste de segurança realizado pela NCAP (Programa de Avaliação de Carros Novos da América Latina) e publicado no UOL (2012), onde o veículo é submetido a uma colisão frontal a 64km/h contra uma barreira sólida que simula um outro veículo. Ao final do teste o carro é submetido a uma avaliação de 0 a 5 estrelas, aonde 0 representa segurança mínima e 5 segurança máxima.

Em Novembro de 2012 o modelo J3 Hatch com airbag duplo da JAC Motors foi submetido ao teste da NCAP junto com outros carros de outras montadoras. Até o presente momento, o J3 foi o único chinês submetido ao teste. O resultado foi decepcionante para o carro da JAC mesmo possuindo airbag duplo de série. O J3 foi avaliado com 1 estrela para a segurança dos adultos e com 2 estrelas para crianças dentre 5 possíveis. *"Isso comprova que airbags não são suficientes para tornar os carros mais seguros quando a estrutura da carroceria é deficiente"*. Concluiu o relatório.

O que o relatório diz sobre a avaliação de proteção do J3 com air bag duplo:

No impacto frontal, a cabeça e o peito do motorista comprimem o airbag até o fundo. A estrutura não é capaz de suportar maiores cargas que as da batida. Foram observadas estruturas perigosas na área do painel contra as quais poderiam impactar os joelhos dos passageiros. A proteção proporcionada à parte inferior das pernas foi marginal. A área dos pés do lado impactado sofreu uma grande deformação, aproximando-se os pedais dos pés do motorista, o que representa um risco para a parte inferior das pernas pela intrusão e o bloqueio dos pedais. O painel na área dos pés começou a se desprender do caixilho, deixando um acesso direto ao compartimento da parte inferior do carro. A cadeirinha infantil para a criança de três anos não conseguiu evitar um excessivo deslocamento para diante no impacto. As instruções de instalação em ambos os assentos infantis eram insuficientes, não ficando unidas de forma permanente aos bancos. O veículo advertia sobre os perigos associados à instalação de uma cadeirinha infantil olhando para trás no banco do acompanhante com um airbag ativo. Essas instruções não estavam unidas de maneira permanente ao banco. Disponível em: < <http://www.latinncap.com/po/resultados>>. Acesso em: 25 Mar. 2013.

Figura 5. Avaliação da proteção para passageiros adultos do J3 hatch com airbag duplo



Fonte: Latin NCAP

Conforme vimos no tópico anterior, informações negativas têm maior poder de influência sobre as pessoas do que as positivas. Infelizmente este resultado do *car crash* pode ser fator determinante para a recusa da marca por parte dos consumidores que se sentirão enganados pela montadora que diz que o carro oferece segurança. Prova disso é o uso do airbag e do freio ABS como marketing dos carros da JAC Motors.

8 CONSUMIDOR BRASILEIRO

8.1 CARACTERÍSTICAS E EXIGÊNCIAS NO SETOR AUTOMOTIVO

A fim de analisarmos o comportamento do consumidor brasileiro no processo de decisão de compra observaremos o trabalho de pesquisa realizado por Vieira (2010).

No relatório de pesquisa publicado por Vieira (2010), cujo objetivo segundo o próprio autor é investigar, avaliar e expor questões relacionadas aos movimentos de internacionalização das montadoras automobilísticas chinesas para o Brasil é possível identificar o comportamento do consumidor brasileiro com relação à compra de automóveis. A pesquisa contou com a participação de 361

participantes entre homens (80%) e mulheres (20%), os dois com idade média de 34 anos, pertencentes às classes sociais de A a D.

Dentre as várias pesquisas feitas pelo autor, uma delas foi se o país de origem ou fabricação influenciaria na decisão de compra. O resultado obtido conforme podemos ver na tabela abaixo, aponta que a maioria (43%), concorda que origem da montadora ou país onde foi fabricado, influencia na tomada de decisão de compra. Com o intuito de saber mais sobre a opinião dos entrevistados, o autor adicionou um campo de comentários que foi preenchido por quarenta e quatro dos entrevistados. Nos comentários, prevaleceu o pensamento de que mais importante que a origem da montadora e o local de fabricação, é a experiência e o reconhecimento da marca perante o mercado.

Alguns respondentes também afirmaram que experiências anteriores com carros da França e da Rússia que as montadoras se retiraram do país deixando os compradores “na mão” sem nenhuma assistência e reposição de peças, ressaltam a necessidade que haja uma garantia que o fabricante permanecerá no país.

Isso reforça a ideia de que as montadoras chinesas precisam investir na aquisição da confiabilidade dos consumidores, só assim as empresas terão o reconhecimento de sua marca, pois conforme visto acima, a imagem dos automóveis importados ficou manchada perante aos nossos consumidores.

Tabela 13. O país de origem da montadora do veículo influencia na compra?

#	Resposta	% de ocorrências	# de ocorrências
1	Concordo	43,2%	156
2	Não concordo nem discordo	19,1%	69
3	Concordo totalmente	16,9%	61
4	Discordo	11,6%	42
5	Discordo Totalmente	9,1%	33

Fonte: Relatório de pesquisa de Vieira (2010)

A outra pesquisa feita por Vieira (2010) pretendia analisar os critérios de compra pelos consumidores, os fatores determinantes na compra de um veículo. Conforme podemos ver na tabela abaixo, o quesito qualidade/confiabilidade figura na primeira colocação seguido do preço. Os números de 1 a 5 na tabela correspondem o grau de importância de cada fator, 1 para o menos importante e 5 para o mais importante. Nesta pesquisa, o entrevistado deveria escolher os cinco critérios mais importantes na visão dele e classificá-los de 1 a 5 sem repetir nota.

Tabela 14. Fatores determinantes para a aquisição de um veículo

#	Critério	1	2	3	4	5	Média ponderada	# de ocorrências
1	Qualidade / Confiabilidade	24	18	29	37	77	3,68	185
2	Preço	30	37	39	51	79	3,47	236
3	Segurança	18	15	28	21	33	3,31	115
4	Confiança na marca do fabricante	37	25	28	28	35	2,99	153
5	Facilidade no pagamento	14	13	13	16	9	2,89	65
6	Espaço para bagagem	11	17	10	12	10	2,88	60
7	Prazo de garantia	12	16	21	13	9	2,87	71
8	Desempenho	25	22	26	26	15	2,86	114
9	Economia de combustível	21	36	36	26	15	2,84	134
10	Design moderno	23	22	20	28	10	2,81	103
11	Conforto	32	27	24	20	23	2,80	126
12	Assistência técnica	16	23	18	19	8	2,76	84
13	Custo da manutenção	33	37	36	41	10	2,73	157
14	Preço de revenda	24	33	20	13	14	2,62	104
15	Modelo transmite boa imagem à sociedade	22	8	6	6	4	2,17	46

Fonte: Relatório de pesquisa de Vieira (2010)

O preço vindo em segundo lugar logo após a qualidade evidencia o fato de que o comprador busca a relação custo-benefício, que a primeira hipótese desta pesquisa.

A pesquisa abaixo perguntou aos entrevistados se eles comprariam um automóvel de origem chinesa.

Tabela 15. Você compraria um carro chinês?

#	Resposta	% de ocorrências	# de ocorrências
1	Não	50,1%	181
2	Sim	49,9%	180

Fonte: Relatório de pesquisa de Vieira (2010)

Segundo o autor, a pesquisa tinha um campo para justificar a escolha e 256 entrevistados justificaram a sua escolha.

Dos que responderam que comprariam um carro chinês, a justificativa adotada foi a de que os carros são equipados com itens que proporcionam conforto (ar-condicionado, vidro e trava elétrica, computador de bordo, sensor de estacionamento) e segurança (freio abs e airbags) por um preço acessível. O fato de a China ser um país com uma forte economia também asseguraria uma confiança maior por parte dos compradores que alegaram ter uma garantia de que a montadora não deixaria o país mediante as dificuldades como aconteceu com montadoras russas na década de 90. Também houve uma comparação positiva com as montadoras japonesas e coreanas, muitos pensam que as montadoras chinesas possam ter uma infiltração no mercado brasileiro semelhante a coreanos e japoneses.

Os que responderam que não comprariam, alegaram falta de confiança no produto chinês originada por uma imagem negativo da marca país, insegurança no valor de revenda, assim como a assistência prestada ao veículo. Muitos citaram a falta de conhecimento e de informações com relação a carros vindos da

China e que levaria certo tempo para se ter uma opinião concreta. Também foi citada a falta de tradição da China em produzir carros.

Para conquistar esta metade que não compraria carros chineses, a recuperação da imagem da marca país é um ponto que terá que ser trabalhado pelas montadoras para não arruinar ainda mais a percepção do consumidor quanto ao produto chinês. É o paradigma do *made in China* (ver tópico 8.1.2).

Quanto ao “medo” do consumidor pela revenda, a melhor solução é o que JAC e Chery estão fazendo, montando uma fábrica no Brasil, assim o consumidor tem a garantia de que a marca não vai sair do país devido a uma crise ou fracasso como aconteceu com o Lada da Rússia. Para os entrevistados que responderam sim na pesquisa, basta as montadoras chinesas cumprirem com o que elas vem prometendo, caso contrario estes possíveis compradores se tornaram não compradores no futuro.

8.1.1 A Importância da Qualidade e do Preço

É comum associarmos a ideia de que o produto chinês é de baixa qualidade. Isso se deve a um paradigma construído quando os produtos chineses começaram a ser exportados após o governo chinês mudar sua política de socialista para econômica no final dos anos 70, a fim de incentivar a industrialização e empregar sua gigantesca população. A China não se preocupou com a qualidade dos seus produtos fabricados, dando importância apenas para o comércio internacional que se tornou o principal fator responsável pelo PIB chinês. (NONNEMBERG, 2009, p.8)

Conforme Casotti (2008) o maior empecilho das montadoras chinesas não será comercializar os seus carros com preços baixos, pois isso elas conseguem e já fazem; o problema a ser resolvido é com a qualidade, imagem, assistência técnica e garantia dos automóveis que podem influenciar na tomada de decisão do consumidor.

De acordo com Celso Grisi, diretor presidente do instituto Fractal de pesquisa e mercado e professor da FEA-USP (Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo) o consumidor

brasileiro fica atento aos preços, prefere pagamento à vista e preza pela qualidade (PAPO ADM, 2009).

Grisi ainda cita como características do consumidor brasileiro, os seguintes: Racional e exigente; quer boa qualidade a um preço baixo; é sensível a preços; é consciente sobre o valor da moeda; está menos vulnerável a força da marca; não é fiel a marcas, sai na frente então quem oferecer descontos; seu consumo está voltado para o domicílio, gastando seu orçamento com a casa e com a família. (PAPO ADM, 2009).

Gehring e Juca (2004) dizem que para criar um produto de sucesso é preciso compreender o consumidor. De todas as características do consumidor brasileiro, uma não pode ser deixada de lado: O brasileiro tem pouco dinheiro para gastar. Os mesmos autores usam o exemplo da Coca-Cola. Milhares de brasileiros gostariam de tomar Coca sempre que possível, mas não tem condições financeiras para isso. Porém a falta de recursos não faz com que a vontade por Coca desapareça e para satisfazer esta vontade, o consumidor compra algo similar e com um preço melhor. Consequentemente, as marcas “B” de refrigerante já dominam metade do mercado de refrigerantes e a vantagem delas é que são mais baratas.

A comparação usada pelo autor usando o consumo de refrigerantes para descrever o perfil do consumidor brasileiro e para nos mostrar a brecha que existe naquele mercado, é a mesma comparação que podemos usar para com os carros chineses e o mercado de automóveis. Neste caso os automóveis chineses seriam as marcas “B” de refrigerante e a Coca-Cola seria as marcas líderes de mercado no seguimento automobilístico como Fiat, Volkswagen, Ford e GM. O consumidor tem vontade de ter um carro completo e com a mesma qualidade oferecida pelas montadoras líderes de venda como acima citadas, porém faltam condições financeiras para o consumidor adquirir um bem como este. É aí que a população de renda mais baixa buscará um carro de marca “B” para suprir a vontade de ter um carro de conforto e completo, com ar, direção, airbag e etc; mas que infelizmente não cabe no bolso do consumidor. É esta clientela que as montadoras chineses têm que conquistar.

8.1.2 O Paradigma do *Made in China*

Ainda citando o relatório de Vieira (2010), o autor em sua pesquisa também procurou saber dos 361 entrevistados quais eram na opinião deles, os fatores que impedem no sucesso dos produtos chineses no exterior.

Tabela 16. Motivos que impedem o sucesso de produtos chineses no exterior perante ouvintes da enquete

#	Resposta	% de ocorrências	# de ocorrências
1	Reputação de má qualidade	80,9%	292
2	Não possui vantagens competitivas além de bom preço	36,0%	130
3	Pouca capilaridade em pontos de venda	27,7%	100
4	Sentimento anti-China	15,0%	54
5	Falta de entendimento com as necessidades dos consumidores	14,1%	51
6	Nomes difíceis de pronunciar	4,7%	17

Fonte: Relatório de pesquisa de Vieira (2010)

A desconfiança em cima de produtos de origem chinesa, que gera a ideia de má qualidade e o sentimento anti-China, é uma forte realidade e as empresas chinesas no geral devem buscar uma forma de combater esse paradigma. Este paradigma deu início na década de 90 quando houve uma enxurrada de produtos chineses de diversos segmentos no nosso mercado, quem não se lembra das lojas de R\$1,99 onde tudo que era vendido nessas lojas eram *made in China*? Quem não se recorda também daqueles brinquedos que eram vendidos na

mesma lojinha de R\$1,99 e que quebravam em poucos dias de uso? As hipóteses desde trabalho são hipóteses que se seguidas pelas montadoras chinesas derrubaram o paradigma do *made in China* no setor automobilístico.

Para Oliveira (1997) as empresas sentiram uma dificuldade maior em assegurar e desenvolver confiança em virtude das mudanças ocorridas e da intensificação da competitividade interna e externa. O autor ainda menciona que é necessário estabelecer vínculos de confiança externos e internos, porque é deste modo que ocorrerá inovação na economia global e as organizações que não estabelecerem confiança, não poderão competir.

De acordo com Solomon e Flores (2002) confiar é abrir novas possibilidades e fronteiras. A confiança é um risco que deve ser assumido com cuidado e encarado de forma sabia. A construção da mesma exige muita prática, é construída aos poucos com muito pensamento.

Navarro e Gasalla definem confiança como:

A Confiança é reconhecida como um fenômeno emocional que predispõe as pessoas a se integrar e se abrir para trocas, o que fomenta a cooperação e a transferência do saber; encoraja-as a dizer o que pensam e experimentar sem medo de ser punidas, o que favorece a inovação; derruba barreiras defensivas e colabora com o fluir da organização. Ela pode ser a chave para navegar através da complexidade e incerteza dos novos cenários organizacionais (NAVARRO; GASALLA, 2007, p.84).

Montadoras japonesas e coreanas levaram uma década até conseguirem provar para os brasileiros que os mesmos eram capazes de atenderem e até superar as necessidades dos consumidores, para que então conseguissem conquistar a confiança do público brasileiro.

8.1.3 O Valor da Revenda

No relatório de Vieira (2010) também incluí uma pesquisa que busca identificar os motivos que levam as pessoas a adquirirem um automóvel. Essa é a primeira etapa do processo de aquisição de um carro. A resposta da pesquisa (O que leva as pessoas a optarem pela compra de um carro?) que contou com a participação de 361 entrevistados, nos mostra que a preocupação dos consumidores brasileiros com o valor de revenda é o fator que os impulsiona para a troca ou aquisição um novo veículo. A troca ocorre para que a diferença de preço entre o atual carro do proprietário não seja muita com relação ao carro desejado, o que facilita a viabilização da troca.

Nos comentários analisados em outras pesquisas realizadas pelo autor, os entrevistados relatam uma preocupação com os importados devido ao fator de não terem uma garantia do fabricante de que o mesmo permanecerá no país, o que ressalta a importância do fabricante se instalar no país, pois assim, o valor de depreciação do veículo na revenda não seria tão alto. O baixo volume de importações traz a desconfiança que a importação possa vir a descontinuar e o fabricante deixar o país, o que compromete o preço da revenda.

É a lei da oferta e da procura. Se há poucos veículos chineses a serem vendidos, obviamente a procura é pequena, a procura sendo pequena, o preço obrigatoriamente tem que descer para que o carro nem fique “encalhado”.

Tabela 17. O que levam as pessoas a optarem pela compra de um carro?

Motivo	%	# de ocorrências
Troca periódica para que a diferença em relação ao novo não fique grande	42,7%	154
Trabalho e/ou estudo exige necessidade de Transporte	27,4%	99
Necessidade de mais um carro na família	11,1%	40
Posição social ou meu cargo na empresa condiciona a ter um veículo novo	6,6%	24
Outro	12,2%	44

Fonte: *Relatório de pesquisa de Vieira (2010)*

Alexandre Siegmann, gerente de vendas da concessionária Jardine de Porto Alegre, diz que os carros poucos rodados e mais básicos são os que menos desvalorizam, enquanto os importados desvalorizam mais rápido devido a cara manutenção das peças. Segundo o especialista, a média de depreciação é de 20% a 30% para um carro de passeio com até 2 anos. Entre os importados, esse número chega a 50% logo nos 2 primeiros anos. "Quem decide investir em um importado deve estar ciente dessa alta desvalorização causada principalmente, pela manutenção cara", afirma Siegmann. (PENSE CARROS, 2012)

Isso serve de alerta para as montadoras chinesas. O valor perdido na revenda está em partes ligado à cara manutenção conforme visto acima. Uma estratégia a ser adotada pelas empresas é de oferecer peças tão baratas quanto à dos carros nacionais como forma de incentivo. Outro fator que influencia no valor perdido na revenda é a desconfiança do consumidor perante o veículo, que resultará em uma baixa demanda na procura do mesmo conforme já mencionado.

De acordo com o Índice de Depreciação realizado pela AutoInforme/Molicar em Setembro de 2012, o Celta da GM com índice de 10,7%, é o veículo que menos deprecia em um ano dentre os dez mais vendidos no Brasil. O estudo ainda apontou uma alta no índice de depreciação dos usados de 2011 para 2012. Em 2011, a média era de 15,4%. Em Setembro de 2012, esse número subiu para 16,8% representando uma alta de 1,4%. (BLOG O MUNDO EM MOVIMENTO, 2012).

Na tabela abaixo, através dos valores extraídos da Fundação Instituto de pesquisas econômicas (FIPE) podemos ter uma referência de como anda a desvalorização dos automóveis chineses. Na tabela é possível saber qual o preço do carro nos meses de janeiro dos últimos dois anos incluindo o ano atual. Na comparação com carros líderes em vendas, Gol e Uno, os carros da JAC sofrem desvalorização maior.

Tabela 18. Comparativo de depreciação de veículos entre 2011 a 2013

Informações do Veículo			Valor da Revenda			
Montadora	Carro	Ano	Jan/2011	Jan/2012	Jan/2013	% Desvalorização de 2011 - 2013
Fiat	Uno Mille 1.0	2011	R\$22.181	R\$20.801	R\$18.010	18,80%
VW	Gol Economotion 1.0	2011	R\$25.015	R\$23.365	R\$21.312	14,81%
JAC	J3 Hatch	2011	-	R\$33.025	R\$25.878	21,65%
JAC	J3 Turim Sedan 1.4	2011	-	R\$35.060	R\$27.859	20,54%

Fonte: *Elaboração própria com base nos dados extraídos da Fundação Instituto de pesquisas econômicas (FIPE).*

O aumento no valor da depreciação dos veículos usados e seminovos é em boa parte devido à redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para os carros zero km, o qual foi publicado no diário Oficial da União no dia 22/05/2012 sob o decreto nº7. 725. Este corte está previsto para até o ultimo dia do ano, devido à última prorrogação feita no dia 31 de Março de 2013 pelo ministro da fazenda Guido Mantega. (G1, 2013)

8.1.4 Atendimento de Peças e Serviços

Conforme publicado pelo G1 (2010), um pensamento dentre os consumidores brasileiros de que carro importado sofre com a falta de peças para reposição, pensamento este que interfere no processo decisório do consumidor na compra de um carro. Este paradigma é uma realidade devido ao fato que a indústria brasileira não fabrica peças para carros fabricados no exterior, sendo assim essas peças devem ser importadas.

Segundo Felipe Costa, assistente de comunicação do Sindicato dos Concessionários e Distribuidores de Veículos (Sincodives), a demora para aquisição dessas peças ocorre porque essas peças vem de fora e a dificuldade de importação faz com que a espera seja maior. (A GAZETA, 2011)

A dependência de peças importadas é uma estratégia arriscada para as empresas chinesas, já que o transporte, por não ser uma operação simples, pode vir a ter problemas, correndo o risco das peças serem retidas na alfândega por questões burocráticas, conforme visto na disciplina de legislação aduaneira.

Conforme emenda aprovada pela Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio que modifica o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.070/90), quando a espera do proprietário pelo reparo do veículo é maior que o prazo prometido pela concessionária, ou ultrapasse dez dias uteis, o consumidor têm o direito de solicitar um carro reserva a concessionária durante o período de conserto, devendo disponibilizar ao mesmo, um veículo similar ao que apresenta problemas. (AGÊNCIA CÂMARA, 2011)

Ainda de acordo com o Instituto, se após 30 dias que é o prazo para devolver o carro, a concessionária não resolver o problema, ela é obrigada a fornecer um veículo para o consumidor enquanto o veículo batido está em conserto.

Segundo Geraldo Tardin, presidente do Ibedec (Instituto Brasileiro de Estudo e Defesa das Relações de Consumo), o fabricante deve manter um estoque regular das peças mesmo em casos aonde o carro já tenha saído de fabricação. “Se não tem a peça, a culpa não é do consumidor, a culpa é do fabricante e da concessionária” (G1, 2010).

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa procurou mostrar através de dados e fatos atuais, quais os fatores cruciais que as montadoras chinesas devem levar em consideração para se firmarem no mercado brasileiro. Esses fatores compuseram as hipóteses da pesquisa, sendo eles: qualidade a preço baixo, valor da revenda e centro de atendimento e serviço.

Durante a pesquisa foi apresentado um panorama sobre o mercado automobilístico mundial, brasileiro e chinês. Ficou claro que os automóveis chineses não chegam aqui como aventureiros, a intenção é de dominar o mercado mundial de autos e eles não está longe disto de acordo com os números mostrados nesta pesquisa. Vimos que a china já se tornou líder mundial em vendas e produção de autos. A variação do crescimento da produção de veículos na China de 2000 a 2009 foi de 566,55%. As exportações também crescem em ritmo acelerado, de 2009 a 2012 houve um aumento de 70% conforme observamos na tabela apresentada na justificativa da pesquisa.

Em 2012 as vendas de veículos importados chineses no Brasil representaram 32% do total de vendas de importados, com as marcas JAC (18%) e Chery (14%) sendo as montadoras chinesas com maior participação no mercado brasileiro, ficando atrás somente da coreana KIA Motors que obteve participação de 31,9% naquele ano.

Como apresentado na pesquisa, os dez modelos mais vendidos no Brasil são populares, o que representa uma vantagem para os chineses que tem como foco esse nicho de mercado, que é composto pela classe média. Um dos itens procurados pelo brasileiro que está querendo comprar um novo carro são itens de série e isso os chineses fazem muito bem, todos os carros são completos. O consumidor da classe média por não ter condição financeira de ter um veículo nacional completo, tende a buscar esses opcionais em carros usados que estão mais em conta, daí surge uma grande oportunidade de vendas para as montadoras chinesas em vender um carro 0 km com todos estes opcionais, tais como, ar-condicionado, vidro e trava elétrica, ABS, rodas de liga leve.

Ainda sobre os dez carros mais vendidos no Brasil, vemos que da lista, atualmente nenhum é importado. Isso é um indicador para as montadoras

chinesas que o consumidor ainda tem receio de comprar um importado devido a fatores que foram mostrados através das hipóteses desta pesquisa.

Verificou-se através da apresentação da enquete feita por Vieira, que a qualidade tem um forte impacto na decisão de compra e é o que resultará na confiança ou não do consumidor perante o veículo e conseqüentemente na montadora. Atualmente as montadoras chinesas sofrem da desconfiança por parte dos consumidores, devido ao paradigma do *made in China* que ainda é forte e só será derrubado perante a boa qualidade de seus veículos. O obstáculo do pré-conceito e da desconfiança não é inédito. Coreanos e japoneses passaram pelo mesmo processo quando aqui chegaram nos anos 90 e hoje são exemplos a serem seguidos. Cabe aos chineses seguirem parte do exemplo deixado por eles.

No cenário atual das montadoras chinesas o que se vê é uma qualidade condizente ao baixo preço. A maior queixa é no acabamento interno dos carros que apresentam rebarbas em sua grande parte. Podemos afirmar que a qualidade é inferior a de seus concorrentes. Sendo assim, vemos que as montadoras chinesas não estão atrelando preço baixo a uma boa qualidade. Este fator, assim como os demais será crucial para o sucesso das marcas. Como mostrado nesta pesquisa, o consumidor é exigente e racional, quer qualidade a preço baixo. É aqui que eles devem concentrar suas forças para superar a concorrência e se firmarem no Brasil. Como dito na hipótese um, carros baratos atrelados à qualidade, serão uma das chaves do sucesso dos asiáticos derrubando assim o paradigma do *made in China*.

O consumidor brasileiro já compra um automóvel pensando na revenda e por esse motivo um dos aspectos que o leva a optar por um carro x ou y é a depreciação do carro na venda. Como a demanda por veículos chineses é pequena, assim como de qualquer outro importado, o carro deprecia mais em comparação aos nacionais, em média de 20 a 30% por ano, que é o valor que os carros da JAC Motors desvalorizaram conforme foi apresentado na pesquisa. A medida para solucionar o alto índice de desvalorização, é a de fabricar em território nacional, medida esta que se iniciará em breve com a abertura das fábricas da Chery e da JAC Motors.

O mesmo acontece com o atendimento de peças. Há certa dificuldade na reposição das mesmas devido ao fato de virem do exterior e dependerem do

burocrático processo de importação. Com a fábrica no Brasil, empresas nacionais de autopeças poderão se tornar fornecedoras para as montadoras chinesas.

O consumidor se sente inseguro comprando um carro chinês e acaba optando pelo nacional por saber que este já não é mais uma incógnita, possui manutenção em conta e preço de revenda aceitável. As baixas vendas dos chineses no ano de 2013 são uma prova disso. Hoje o consumidor não quer apenas um carro com preço baixo e com vários opcionais, ele quer um conjunto de coisas.

Participando do mercado automobilístico brasileiro através de importação, verificou-se que as montadoras chinesas se consolidarão no país de forma bem discreta, se é que podemos dizer que elas se consolidarão, pois conforme apresentado nesta pesquisa, os chineses possuem uma fatia de apenas 1,5% do mercado de automóveis comercializados no Brasil.

Para entrarem no Brasil com maior força e disputar de igual para igual com Volks, Fiat, Ford e GM, a fabricação no território nacional tende a ser o melhor caminho para as montadoras de origem chinesa, pois trará confiança à marca perante os consumidores, que verão que a montadora veio para ficar em definitivo eliminando assim o preconceito de carro importado existente no consumidor brasileiro devido a fracassos do passado, como Lada e Suzuki por exemplo. Além disto, a vinda para o Brasil garantirá possivelmente, melhorias no sistema de reposição de peças e menor depreciação no valor de revenda devido a maior aceitação no mercado.

Sem contar a qualidade, aqui que eles devem concentrar suas forças para superar a concorrência e se firmarem no Brasil. Como dito na hipótese um, carros baratos atrelados à qualidade, serão uma das chaves do sucesso dos asiáticos derrubando assim o paradigma do *made in China*.

Sugere-se uma nova pesquisa sobre o tema a partir do momento em que as fábricas das montadoras JAC e Chery começarem a operar no Brasil, pois isso trará um novo cenário para o tema desta pesquisa. A fábrica da Chery que está sendo construída em Jacareí – SP tem previsão para iniciar suas operações em Dezembro de 2013, enquanto a JAC Motors, com sua fábrica em Camaçari na Bahia, em 2014.

REFERÊNCIAS

ABEIVA. Associação Brasileira das Empresas Importadoras de Veículos Automotores. *Coletiva de Imprensa*. 2011. Disponível em: <<http://www.abeiva.com.br/coletivas.asp>>. Acesso em: 11 Nov. 2012

ABEIVA. Associação Brasileira das Empresas Importadoras de Veículos Automotores. *Coletiva de Imprensa*. 2012. Disponível em: <<http://www.abeiva.com.br/coletivas.asp>>. Acesso em: 11 Nov. 2012

ANFAVEA. Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores. *Anuário Estatístico de 2010 e 2011*. Disponível em: <<http://www.anfavea.com.br>>. Acesso em: 04 Out. 2012

Auto Esporte. *Fábrica da Chery começa a operar em 2013*. 2012. Disponível em: <<http://revistaautoesporte.globo.com/Revista/Autoesporte/0,,EMI300351-10142,00.html>>. Acesso em: 18 Mar.2013.

BEDANI, Ícaro. Carros IG. *Veja quais montadoras realmente cresceram em 2011*. 2012. Disponível em: <<http://carros.ig.com.br/mercado/veja+quais+montadoras+realmente+cresceram+em+2011/4174.html>>. Acesso em: 22 Mar.2013.

CALIXTO, Bruno. REVISTA ÉPOCA. *Uso do carro atinge o limite nos países desenvolvidos*. 2011. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI246637-15228,00.html>>. Acesso em: 28 fev. 2013

CAMPOS, Mikaella. A Gazeta. *Conserto de carro leva até 90 dias na Grande Vitória*. 2011. Disponível em: <http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2011/07/noticias/a_gazeta/economia/911577-conserto-de-carro-leva-ate-90-dias-na-grande-vitoria.html>. Acesso em: 15 Nov.2012.

Carros IG. *Marcas mais vendidas em 2012*. 2012. Disponível em: <http://carros.ig.com.br/ranking/mais+vendidas+jac+todos+os+países+em+2012/01_1_1_50_00_00_00_00_2012_1.html>. Acesso em: 10 Mar. 2013.

Carros IG. *Ranking - Marcas mais vendida por mês*. 2013. Disponível em: <http://carros.ig.com.br/ranking/mais+vendas+jac+todos+os+paises+em+04+de+2013/01_1_2_50_00_00_04_2013_1.html>. Acesso em: 02 Mai. 2013.

CASOTTI, Bruna. P; GOLDENSTEIN, Marcelo. *Panorama do setor automotivo: as mudanças estruturais da indústria e as perspectivas para o Brasil*. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n.28, 2008. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set2806.pdf>. Acesso em: 31 Mar. 2013

Eckermann, Erik. *World History of the Automobile*. Warrendale: SAE Press, 2001.

Época Negócios. AUMENTO NO IPI DERRUBA VENDAS DE CARROS IMPORTADOS POPULARES. 2012. Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Informacao/Resultados/noticia/2012/08/aumento-no-ipi-derruba-vendas-de-carros-importados-populares.html>>. Acesso em: 11 Mar. 2013.

FENABRAVE. Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores. Índices e números – Emplacamentos. 2012. Disponível em: <<http://www3.fenabreve.org.br:8082/plus/modulos/listas/index.php?tac=indices-e-numeros&idtipo=1&id=182&layout=indices-e-numeros>>. Acesso em: 06 Fev. 2013

FERRER, Rafael. INFO Online. Entrevista de Domingo: "Reclame Aqui não é concorrente do Procon. 2012. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/internet/entrevista-de-domingo-reclame-aqui-nao-e-concorrente-do-procon-03062012-3.shl>>. Acesso em: 14 Mar. 2013.

FIPE. *Tabela FIPE*. Disponível em: <<http://www.fipe.org.br/web/index.asp?aspx=/web/indices/veiculos/introducao.aspx>>. Acesso em: 10 Abr. 2013.

GABRIEL, Luciano. F et al. *Uma análise da indústria automobilística no Brasil e a demanda de veículos automotores: algumas evidências para o período recente*. 2011. Disponível em: <<http://www.ppge.ufrgs.br/akb/encontros/2011/05.pdf>>. Acesso em: 16 Out. 2012

GEHRINGER, Max; JUCA, Fernando. *Arregace as Mangas: Liberte seu Espírito Empreendedor*. Campinas: Papyrus, 2004.

G1. Donos de carros importados sofrem com a falta de peças de reposição. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/carros/noticia/2010/08/donos-de-carros-importados-sofrem-com-falta-de-pecas-de-reposicao.html>>. Acesso em: 15 Nov. 2012.

G1. IPI menor para carros será prorrogado até o fim do ano. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2013/03/governo-adia-novo-aumento-do-ipi-para-carros-diz-guido-mantega.html>>. Acesso em: 10 Nov.2012.

JAC Motors Brasil. *A Fábrica*. 2011. Disponível em: <<http://www.jacmotorsbrasil.com.br/fabrica>>. Acesso em: 25 Mar.2013

JAC Motors Brasil. *Jac motors oficializa fábrica na bahia com novo carro*. 2011. Disponível em: <<http://www.jacmotorsbrasil.com.br/noticias/auto-esporte/jac-motors-oficializa-fabrica-na-bahia-com-novo-carro>>. Acesso em: 18 Mar. 2013.

Jornal da Globo. *BMW anuncia instalação de primeira fábrica no Brasil*. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2012/10/bmw-anuncia-instalacao-de-primeira-fabrica-no-brasil.html>>. Acesso em: 10 Mar. 2013.

Latin NCAP. *Crash test mostra carro brasileiro "atrasado 20 anos" em segurança; Sandero e J3 são os piores*. 2012. Disponível em: <<http://www.latinncap.com/po/resultados>>. Acesso em: 25 Mar. 2013.

LEITE, Joel. Blog o mundo em movimento. *Carro perde 16,8% do preço após um ano de uso*. 2012. Disponível em: <<http://omundoemmovimento.blogosfera.uol.com.br/2012/09/27/carro-perde-168-do-preco-apos-um-ano-de-uso/>>. Acesso em: 10 Nov.2012.

LÜDKE, Menga & ANDRÉ, Marli. *Pesquisa em Educação: Abordagens Qualitativas*. São Paulo: EPU, 1986.

MALHEIROS, Péricles. Revelação às claras. *Quatro Rodas*, São Paulo, ed. 628, p.90-96, Mar. 2012.

MARTELLO, Alexandre. G1. *Decreto presidencial regulamenta aumento do IPI para carro importado*. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2011/09/decreto-presidencial-regulamenta-aumento-do-ipi-para-carro-importado.html>>. Acesso em: 07 Mar. 2013.

MATOS, Celso Augusto de; VEIGA, Ricardo Teixeira. *Os efeitos da publicidade negativa nas atitudes dos consumidores*. São Paulo, Caderno de Pesquisas em Administração. 2003. p. 71

MATSUBARA, Vitor. Quatro Rodas. JAC Motors chega ao Brasil em 2010. 2009. Disponível em: <http://quatorrodas.abril.com.br/noticias/jac-motors-chega-ao-brasil-2010-213653_p.shtml>. Acesso em: 20 Mar.2013.

MENDES, J. C. Instituto Politécnico do Porto, Escola Superior de tecnologia e Gestão de Felgueiras, Casa do Curral - 4610 Felgueira. *A abordagem qualitativa e quantitativa no estudo de caso*. 2002.

MONTEIRO, Mariana. Agência Câmara de Notícias. Comissão aprova garantia de veículo reserva para substituir carros defeituosos. 2011. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/camارانoticias/noticias/CONSUMIDOR/203723-COMISSAO-APROVA-GARANTIA-DE-VEICULO-RESERVA-PARA-SUBSTITUIR-CARROS-DEFEITUOSOS.html>>. Acesso em: 15 Nov.2012.

NAVARRO, L.; GASALLA, J.M. *Confiança: a chave para o sucesso pessoal e empresarial*. São Paulo: Integrare Editora, 2007

NONNENBERG, Marcelo. B et al. *O Crescimento Econômico e a competitividade chinesa*. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, Abril 2009 (Texto para Discussão nº1333)

O Estado de S.Paulo. *Brasil deve ser quarto maior do mundo em número de fabricantes*. 2012. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,brasil-deve-ser-quarto-maior-do-mundo-em-numero-de-fabricantes-,850017,0.htm>>. Acesso em: 10 Mar.2013.

OLIVEIRA, A.D.F. *Valores e ritos organizacionais como antecedentes do vínculo afetivo com a organização*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília. Brasília, 1997.

OKUBARO, Jorge J. *O Automóvel, um condenado?*. São Paulo: SENAC, 2000
Olathe Toyota. *World Car Sales Statistics - An Infographic*. 2011. Disponível em: <<http://parts.olathetoyota.com/2011-car-sales-statistics.html>>. Acesso em: 02 Mar.2013.

Pense Carros. *Depreciação: entenda a lógica da perda de valor dos automóveis*. Disponível em: <<http://revista.pensecarros.com.br/especial/rs/editorial-veiculos/19,521,3795445,Depreciacao-entenda-a-logica-da-perda-de-valor-dos-automoveis.htm>>. Acesso em: 10 Nov.2012.

PEREIRA, Jairo. C. Papo ADM. *O Novo Consumidor Brasileiro*. 2009. Disponível em: <<http://papoadm.blogspot.com.br/2009/04/o-novo-consumidor-brasileiro.html>>. Acesso em: 27 Mar. 2013.

PEREZ. Luís. Quatro Rodas. *Em um ano, vendas de JAC e Chery caem pela metade*. Disponível em: <<http://quatrorodas.abril.com.br/reportagens/geral/ano-vendas-jac-chery-caem-pela-metade-700545.shtml>>. Acesso em: 07 Mar. 2013.

Quatro Rodas. J3 na frota do longa duração . 2011. Disponível em: <<http://quatrorodas.abril.com.br/blogs/longaduracao/2011/04/05/j3-na-frota-do-longa-duracao/>>. Acesso em: 20 Mar. 2013.

Reclame Aqui. *Chery Brasil*. 2010. Disponível em: <<http://www.reclameaqui.com.br/indices/19420/chery-brasil/>>. Acesso em: 21 Mar. 2013.

Reclame Aqui. *JAC Motors Brasil*. 2011. Disponível em: <<http://www.reclameaqui.com.br/indices/26068/jac-motors-brasil/?cx=008144464031947637647%3A7airzwxfigw&cof=FORID%3A10&ie=UTF-8&q=Jac+Motors+Brasil&id=26068&BuscaTipo=E&x=44&y=23&BuscaTipo=E>>. Acesso em: 19 Mar. 2013.

Reclame Aqui. *veiculo novo! zerado! Será???? parece velho - sempre com defeito*. 2013. Disponível em: <<http://www.reclameaqui.com.br/4588905/jac-motors-brasil/veiculo-novo-zerado-sera-parece-velho-sempre-com-defeito/>>. Acesso em: 19 Mar. 2013.

SANTOS, A.M.M.S. e PINHÃO, C.M.A. Pólos automotivos brasileiros. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n.10, p.173-200, set. 1999.

SENHORAS, Eloi. M; DIAS, Josimara. M. *Tendências da Indústria Automotiva Brasileira: Um estudo do caso Fiat*. In: Semead, 2005. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/8semead/resultado/trabalhosPDF/223.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2012

SINDIPEÇAS. Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores. Disponível em: <<http://www.sindipecas.org.br>>. Acesso em: 09 jan. 2013

SOLOMON, R.C; FLORES, F. Construa confiança nos negócios, na política e na vida. Tradução de Zaida Maldonado. Rio de Janeiro: Record, 2002.

UEDA, T.V.A. (2013) *A entrada dos veículos comerciais leves chineses: Uma ameaça à hegemonia das grandes marcas?*. Journal of Transport Literature, vol.7, n.1,pp.83-102.

Uol. *Crash test mostra carro brasileiro "atrasado 20 anos" em segurança; Sandero e J3 são os piores*. 2012. Disponível em: <<http://carros.uol.com.br/noticias/redacao/2012/11/13/crash-test-mostra-carro-brasileiro-atrasado-20-anos-sandero-e-j3-sao-os-piores.htm>>. Acesso em: 22 Mar. 2013.

VIEIRA, Vinnicius.L.R. *A internacionalização da indústria automobilística chinesa: as consequências para o comportamento do consumidor brasileiro*. Relatório de Pesquisa (Mestre em Administração) – Pontifícia Universidade Católica. São Paulo, 2010.

VINHOLES. Thiago. Carros IG. Em resposta a redução do IPI, JAC já diminui preços. 2012. Disponível em: <<http://carros.ig.com.br/mercado/em+resposta+a+reducao+do+ipi+jac+ja+diminui+precos/4746.html>>. Acesso em: 11 Mar. 2013.

Vrum. *Dona de Chery Face batido faz propaganda contra carros chineses*. 2011. Disponível em: <http://www.vrum.com.br/app/301,19/2011/09/30/interna_noticias,44582/dona-de-chery-face-batido-faz-propaganda-contra-carros-chineses.shtml>. Acesso em: 22 Mar. 2013.

Worldometers. *Cars produced in the world*. 2011. Disponível em: <<http://www.worldometers.info/cars/>>. Acesso em: 02 Mar.2013.

Yenne, Bill. *100 homens que mudaram a história do mundo*. Rio de Janeiro: Prestígio, 2002.