

Renault de olho no poder de compra da classe C no Brasil

Montadora planeja colocar no mercado modelo com preço inferior a R\$ 20 mil

Leone Farias

A montadora francesa Renault também está de olho no poder de compra da classe C. A empresa trabalha em parceria com a companhia indiana Bajaj para o desenvolvimento de projeto de um carro, a ser fabricado no Brasil, com preço inferior a R\$ 20 mil.

Assim como a Volkswagen, que recentemente divulgou a intenção de ter um veículo para classes de renda mais baixas, que hoje são pouco atendidas pela indústria automobilística, o grupo francês vislumbra forte potencial de vendas para esse público – que já representa mais de 50% da população brasileira e ultrapassou as classes A e B em poder de compra, segundo estudo da FGV (Fundação Getúlio Vargas).

Segundo o presidente da Renault do Brasil, Jean-Michel Jalinier, ainda não há prazo para conclusão do projeto e início da produção, mas a parceria poderia unir a experiência da empresa em tecnologia de veículos para o mercado nacional e o *know how* em itens de baixo custo da companhia indiana (que fabrica triciclos e motos).

“Eles sabem como fazer veículos mais baratos”, afirma o executivo, referindo-se à Bajaj.

Ele acrescenta que a ideia é ter um produto para a classe C com prestações mensais de pouco mais de R\$ 200. “Para esse público, o preço não é tão importante quanto a parcela que cabe no bolso”, acrescenta.

CHINESES

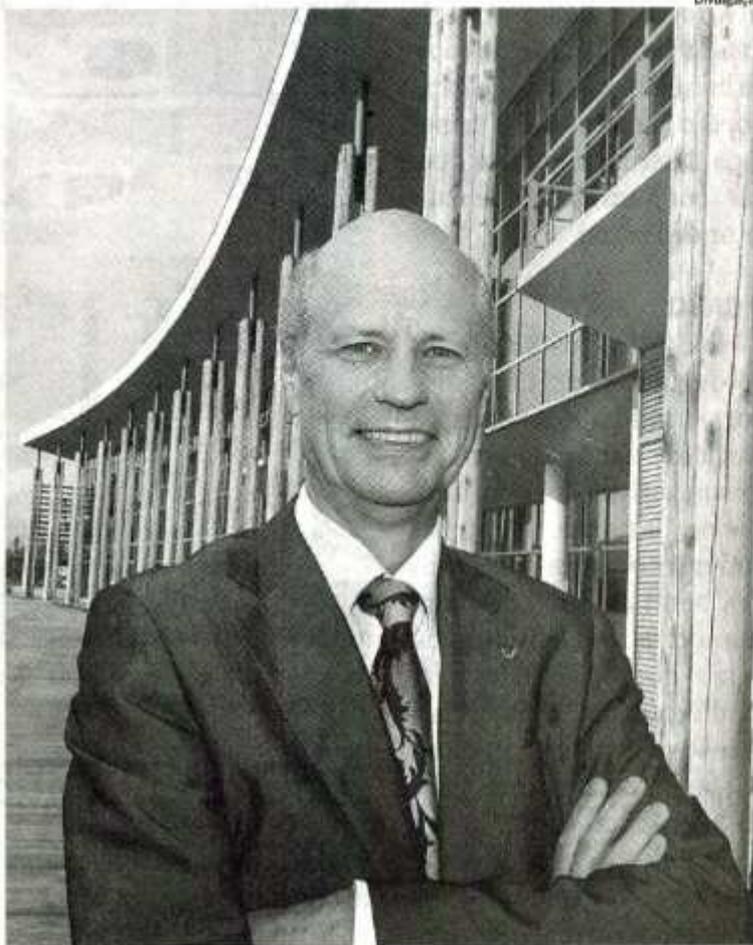
O veículo em estudo pode ser mais uma arma para enfrentar a concorrência com as fabricantes chinesas no mercado brasileiro nos próximos anos.

Embora ainda respondam atualmente por parcela ínfima das vendas internas, as empresas desse país asiático que ingressaram recentemente no Brasil, como a Chery e a Effa, são vistas como um desafio.

O grupo formado pela Renault e Nissan tem como alvo chegar a 10% de participação de mercado no Brasil em cinco anos, sendo que hoje essas duas companhias têm, respectivamente 4,8% e 1% das vendas nacionais.

Jalinier cita que, em relação aos veículos da China, a qualidade dos modelos da marca francesa ainda é superior. Mesmo assim, é preciso ter cautela. “Hoje estamos um passo à frente. Nosso desafio é permanecer um passo à frente”, diz, lembrando que, na década de 1970, assim como os chineses hoje, os carros japoneses também eram considerados inferiores.

O executivo ressalta que, para atingir a meta dos 10% do mercado, a empresa contará com novos modelos e também com a estratégia de atrair clientes da concorrência mostrando melhores custo-benefício e serviços. ▲



Jalinier: empresa pode abrir terceiro turno na fábrica no Paraná em 2011

Empresa deve fechar o ano com alta de 35% em vendas

▼ A Renault deve fechar o ano com crescimento de 35% em vendas em relação a 2009, ou seja, bem mais do que os 8% previstos para o mercado automobilístico nacional. Para o ano que vem, a meta é alcançar expansão de 20%. Dessa forma, seguiria em ritmo mais rápido do que toda a indústria.

O presidente da Renault do Brasil, Jean-Michel Jalinier, já revela que, se o mercado se mantiver com crescimento de 8% e a montadora caminhar dentro das projeções, deverá abrir terceiro turno na fábrica de São José dos Pinhais (PR). Com isso, poderá admitir de 500 a 1.000 pessoas para essa unidade fabril em 2011.

O executivo vê cenário favorável no País, apesar de avaliar que há entraves, como a alta carga tributária, problemas de infraestrutura e o real valorizado. Ele cita que a empresa deixou de exportar para o México por causa da taxa cambial (o dólar fraco frente ao real). **LF**