

Em 2012, o maior Salão do Automóvel de todos



O Salão do Automóvel de São Paulo, que termina no fim de semana, é uma das melhores edições desde que começou, em 1960. Apesar da ausência de algumas marcas de luxo, como Ferrari, Rolls-Royce ou Lamborghini, o anúncio do novo regime automotivo, dias antes da abertura do evento, contribuiu muito para este balanço. Um dos resultados mais expressivos do Inovar-Auto, nome dado ao programa pelo governo federal, é o número de marcas que confirmaram a construção de fábricas no país ou que estudam o assunto. Por conta do novo decreto, quem quiser vender automóveis no Brasil terá de fabricar aqui ou se submeter ao limite de importação de 4.800 carros por ano.

A BMW correu e confirmou no próprio Pavilhão do Anhembi que vai erguer sua nova unidade fabril em Araquari, Santa Catarina, a 25 quilômetros de Joinville, no litoral do estado, com investimento inicial de 550 milhões de reais. A Mercedes-Benz ainda não bateu o martelo, mas voltou a afirmar que avalia com carinho a possibilidade de construir um “puxadinho” na fábrica da Renault-Nissan, sua parceira, em Resende, no Rio de Janeiro, onde tem a intenção de produzir um compacto. Audi, Land Rover e Volvo também demonstraram interesse em produzir aqui, mas sem acenar com nada de concreto.

Os grupos Destracar e CN Auto, que representam marcas chinesas no país, por sua vez, anunciaram a intenção de formar uma joint-venture e levantar uma fábrica no Espírito Santo. A Great Wall, outra chinesa estreante no mercado nacional, deve habilitar-se ao Inovar-Auto até o fim deste ano e apresentar uma proposta de planta local. A também chinesa JAC – que lançou o J2 – chegou perto de desistir da ideia, mas deve iniciar as obras de seu complexo industrial em Camaçari, na Bahia, em novembro.

Este salão também anotou uma presença recorde de chefões, como Dan Akerson, presidente do grupo General Motors, Jim Farley, vice-presidente da Ford, e Takanobu Ito, CEO da Honda. Mas o destaque mesmo foi para a Volkswagen. Além de trazer sua tropa de elite, incluindo o CEO, Martin Winterkorn, e os vice-presidentes, Luca De Meo e Ulrich Hackenberg, a marca realizou pela primeira vez no país uma edição do Media Group Night, em que mostra as principais atrações das marcas do grupo – VW, Audi, Bentley, Lamborghini e Porsche – antes privilégio apenas dos Salões de Frankfurt (Alemanha), Paris e Genebra (Suíça), e, de quebra, apresentou o

Taigun, um conceito de utilitário esportivo compacto inédito. O New Fiesta Sedan, da Ford, e o Chevrolet Onix também debutaram mundialmente neste salão. A Mercedes não trouxe do Classe A, mas mostrou uma peça digna de colecionador endinheirado: uma das cinco unidades do SLS GT3 45th Anniversary produzidas e que já foi comprada por um brasileiro – na Europa não deverá custar menos de 600.000 euros. Outro alvo dos flashes no salão é o SRT Viper, que chega às lojas dos Estados Unidos no mês que vem.

A mostra de São Paulo – que contou com mais de 40 marcas e 500 modelos em exibição – também exhibe algumas atrações que estiveram no Salão de Paris, dias atrás. São eles, os novíssimos Jaguar F-Type e Land Rover Range Rover Vogue, e a gama Porsche formada pelo 911 Carrera 4S, Boxster e a versão GTS do Panamera e Cayenne. Fora a presença de seu presidente mundial, a Honda não tinha nenhuma novidade de peso, mas prometeu vender sua submarca de luxo Acura no Brasil a partir de 2015. A japonesa Suzuki e a chinesa Chery mostraram as versões nacionais do jipinho Jimny e do sedã Celer, respectivamente.

Fonte: Marcelo Goto -Veja (31/10/2012)