

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ**  
**RODRIGO MARQUES FERREIRA**

**INDÚSTRIA DE CAMINHÕES NO BRASIL: ANÁLISE SETORIAL**

Artigo apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Economia no Curso de Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Armando João Dalla Costa

**CURITIBA**  
**2009**

## TERMO DE APROVAÇÃO

RODRIGO MARQUES FERREIRA

### INDÚSTRIA DE CAMINHÕES NO BRASIL: ANÁLISE SETORIAL

Artigo aprovado como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná, pela seguinte banca examinadora:

Orientador:



Armando João Daffa Costa

Membros:



Paulo Mello Garciaz



Fernando Motta

CURITIBA  
JULHO 2009

## INDÚSTRIA DE CAMINHÕES NO BRASIL ANÁLISE SETORIAL

Rodrigo Marques Ferreira<sup>1</sup>

### **Resumo**

O transporte rodoviário de cargas no Brasil é hoje uma das principais fontes de escoamento das riquezas do país, para esse tipo de transporte conta com pelo menos oito grandes fabricantes de caminhões que dividem um mercado oligopolizado e concentrado. Esse texto pretende fazer uma releitura da história das principais montadoras que aqui se instalaram e, em seguida faz uma exposição das principais linhas de financiamentos proporcionadas pelo BNDES. O texto termina analisando a evolução desse setor no período de 2000 a 2008, destacando a diferenciação do produto caminhão como vantagem competitiva, bem como a importância do atendimento pós-venda na captura de novos clientes. Em seguida são apresentadas as principais conclusões.

**Palavras-chave:** Indústria de Caminhões. Mercado. Vendas. Diferenciação de produto.

---

<sup>1</sup> - Graduando em Ciências Econômicas na Universidade Federal do Paraná – UFPR.

## 1 INTRODUÇÃO

A indústria de caminhões se instalou no Brasil nos anos cinquenta, com o incentivo da criação do parque fabril iniciada pelo governo de Juscelino Kubitschek sendo o primeiro caminhão fabricado em agosto de 1957. Durante esse tempo houve muitas novidades, muitas indústrias pararam de fabricá-los, voltaram e outras desapareceram definitivamente. O transporte de cargas brasileiro é realizado predominantemente por rodovias, principalmente por conta da extensão territorial que tem o país. o fato é que o mercado nacional de caminhões, com mais de 100 mil unidades vendidas ao ano, é atualmente um dos maiores do mundo e sua indústria, cuja produção ultrapassa as 140 mil unidades por ano, é hoje uma das cinco mais importantes do planeta. Mesmo com recentes avanços de outros modos de transporte no Brasil, especialmente o ferroviário e o aquaviário, por conta de seus custos menores, e tendo ainda que superar dificuldades como estradas ruins e trânsito caótico nos grandes centros urbanos, o modal rodoviário responde por 61% da matriz instalada do transporte nacional de cargas e por 46,8% do volume total de cargas transportadas no País<sup>2</sup>.

Décadas de atuação no território brasileiro levaram os fabricantes de caminhões a lançarem sucessos de mercado e modernizarem seus produtos para atender o segmento do transporte de cargas no Brasil e em outros países para onde exportam. O Mercado brasileiro de caminhões é constituído por um oligopólio diferenciado concentrado onde o controle está sob o poder de pelo menos seis empresas que juntas compreendem mais de 90% do mercado. A função principal dos seus produtos, o caminhão, é o de transportes de cargas.<sup>3</sup>

O presente texto tem como objetivo analisar o mercado de caminhões no Brasil com ênfase nas principais empresas que atuam nesse setor. Para tanto, o artigo, além da introdução, divide-se em outras quatro partes. Na primeira parte será apresentado o processo brasileiro de substituição de importações como fonte teórica. A segunda mostra o surgimento da indústria de caminhões no Brasil com destaque para as principais montadoras que se instalaram no país. A terceira parte mostra uma análise desse mercado no período de 2000 a 2008 destacando os principais momentos que marcaram as vendas

---

<sup>2</sup> [http://ibahia.globo.com/tvbahia/comercial/pdfmercado\\_de\\_caminhoes.pdf](http://ibahia.globo.com/tvbahia/comercial/pdfmercado_de_caminhoes.pdf) acesso 10 de abril de 2009

<sup>3</sup> Revista o carreteiro, ed. 372. 2007

desse setor. A última aborda a atuação das concessionárias para aumentar a quantidade de vendas de seus produtos e o papel da diferenciação na importância dessa indústria. Por fim são apresentadas as conclusões.

## **2 PROCESSO BRASILEIRO DE SUBSTITUIÇÃO DE IMPORTAÇÕES**

Será apresentado o processo brasileiro de substituição de importações que o país passou pelas décadas de 40 e 50 que permitiram a mudança na estrutura industrial, principalmente em setores como o automobilístico. Esse processo servirá como base teórica para apresentação deste trabalho.

No século XIX a economia brasileira, a semelhança dos demais países latino-americanos, operava através do modelo primário-exportador tradicional. Como todos eles, fazia parte da periferia dos centros dominantes, o seu processo de desenvolvimento estava atrelado ao crescimento da demanda pelos seus produtos de exportação, por parte das economias líderes.

Como suas atividades de exportação concentravam-se em um ou dois produtos, isso a tornava extremamente vulnerável às flutuações ocorridas nos preços internacionais desses produtos. Face a esse problema o modelo tradicional exportador entrou em crise definitiva depois da grande depressão na década de trinta (TAVARES 1977)..

O largo período que transcorreu até a recuperação mundial seguido da Segunda Guerra Mundial obrigou a economia do país a desenvolver novas atividades produtivas, com apoio em faixas de demanda interna até então atendidas pelas importações. Sob a pressão de uma redução drástica na capacidade para importar iniciou-se um processo de substituição de importações levando a um aumento da diversificação industrial e a taxas de crescimento bem mais acentuadas do que a de todas as nações latino-americanas.

No período da grande depressão, o país já dispunha de um amplo mercado interno e com uma estrutura industrial com uma relativa diversificação, graças principalmente ao setor exportador, que exercia um poderoso efeito sobre o espaço econômico da região em que estava localizado. Assim dentro do próprio modelo primário-exportador teve lugar um vigoroso processo de urbanização acompanhado de uma infra-estrutura de serviços básicos e do desenvolvimento de uma série de indústrias "tradicionalis", tais

como as de alimentos, bebidas, mobiliário, roupas etc. (TAVARES 1977, p. 58, 59).

O movimento de expansão e mudança na estrutura produtiva teve acompanhamento da sensibilidade empresarial dos fazendeiros de café que se tornaram também industriais. Com uma abundância relativa de economias externas do eixo Rio-São Paulo, foi possível transformar o centro-sul do país numa região fortemente polarizada, através de um mecanismo cumulativo que facilitou a dinâmica do processo de substituição de importações, embora tenha resultado num violento aumento dos desequilíbrios regionais.

Quando a guerra terminou, o Brasil se encontrou em posição relativamente favorável, principalmente devido às limitações do setor exportador. Enquanto dois grandes países da América Latina, Chile e a Argentina, enfrentaram uma capacidade para importar que não tivesse voltado aos níveis da pré-crise, o Brasil conseguiu recuperar a sua sobretudo em termos de poder de compra, em virtude dos preços internacionais do café que durou até 1954.

A partir dessa época, as condições externas passaram a ser desfavoráveis tanto para o país como para a região. No entanto, o processo já tinha ganhado dinamismo suficiente para seguir adiante, e não foi possível continuar o desenvolvimento industrial através da substituição de importações, para isso contribuíram a capacidade industrial do setor privado e a política do governo que se orientou na dinâmica do modelo. Os empresários privados aproveitaram os anos mais favoráveis do setor externo, 1951 e 1952, para importar em grande quantidade equipamentos e investir nos mais variados setores da atividade interna, investimentos esses que foram de grande importância para o desenvolvimento do período seguinte.

A política econômica governamental teve duas linhas de ação: a primeira foi à política de comércio exterior, sobretudo a cambial, que manteve uma discriminação efetiva entre as importações, dando tratamento preferencial aos bens de capitais e certos insumos essenciais; além de utilizar os chamados “lucros de câmbio”, como instrumento de captação de recursos para financiamento de certas operações do setor público. A segunda linha foi à política de investimento que em continuação a fase dos investimentos pioneiros, como Volta Redonda e a Petrobrás, avançaram mais recentemente para a eliminação dos principais pontos de estrangulamento da infra-estrutura e o financiamento e orientação de

outros investimentos de base, através do BNDE (Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico).

Dessa forma, o desenvolvimento nesse período se fez com graves pressões inflacionárias, desequilíbrio externo, desigualdades regionais, e mesmo assim o país obteve um ritmo de crescimento elevado proporcionando um processo de substituição de importações com avanços até níveis de integração industriais maiores.

## 2.1 ESTRANGULAMENTO EXTERNO E SUAS CARACTERÍSTICAS

Durante o período da Grande Depressão, e da Segunda Guerra Mundial o país sofreu redução na quantidade de importações de cerca de 50%. já no pós-guerra, a situação foi bastante favorável no que concerne às limitações do setor externo, em consequência pode aproveitar o período para melhoria nas suas relações de troca, que durou até 1954. Com a melhoria do poder de compra das suas exportações, permitiu-se uma sensível recuperação em termos per capita até um nível muito próximo do existente no pré-guerra.

A partir de 1954 a condição do setor externo brasileiro voltara a piorar. Com os preços do café e a reação pouco elástica da quantidade exportada, a capacidade de importar tendeu a declinar e a quantidade geral de importações só conseguiu manter-se à custa de considerável financiamento externo.

O país vinha sofrendo uma tendência deficitária desde o ano de 1947. Na euforia cambial do pós-guerra esgotaram-se rapidamente as divisas acumuladas, e dada à pressão sobre as importações, foi necessário recorrer ao controle de câmbio. Apesar do déficit em quase todos os anos do pós guerra, o desequilíbrio poderia ser atribuído principalmente as causas conjunturais, a política cambial adotada e ao caráter essencialmente estrutural.

## 2.2 SUBSTITUIÇÃO DE IMPORTAÇÕES COMO RESPOSTA AO ESTRANGULAMENTO EXTERNO.

A perda do dinamismo do setor exportador deu lugar à reorientação da atividade econômica, através da substituição de importações por produção nacional. Esse esforço se deu nas atividades industriais e permitiu a ampliação das oportunidades de investimentos, a manutenção, e até mesmo a ampliação da taxa de crescimento econômico durante longos

períodos. Com o aumento das taxas de investimento e, em particular, a composição dos investimentos, tornou-se possível produzir uma expansão considerável do parque industrial brasileiro.

Logo após o período pós-guerra a mudança estrutural industrial brasileira, caracterizou-se principalmente em três fases.

A primeira, de 1945 a 1947, correspondeu ao alívio da situação do setor externo com a retomada da capacidade para importar aos níveis da pré crise, a participação das exportações na produção nacional subiu consideravelmente, chegando em 1946 a ser similar à de antes da guerra. Essa melhoria na capacidade de importar continuou até 1954, porém não foi suficiente o que fez com que o país recorresse ao regime de controle cambial. O controle baseou-se na manutenção da taxa de câmbio vigente e num controle quantitativo das importações.

Daí resultou naturalmente, um estímulo considerável à implantação interna de indústrias substitutivas de bens de consumo, sobretudo sobre os duráveis, que ainda não eram produzidos dentro do país e passaram a contar com uma proteção cambial dupla, tanto do lado da reserva de mercado como do lado dos custos de operação. Esta foi basicamente a fase da implantação das indústrias de aparelhos eletrodomésticos e outros artefatos de consumo durável. (TAVARES 1977, p. 71).

A política cambial, oferecendo baixa relativa nos preços dos equipamentos e assegurando proteção contra concorrentes externos, criou a possibilidade de aumento de produtividade econômica e que esse aumento fosse em grande parte capitalizado no setor industrial (FURTADO 1920).

Em 1954 pode considerar-se terminada a segunda fase do desenvolvimento interno em que houve uma coincidência entre uma expansão industrial acelerada e a melhoria do poder de compra das exportações. O governo também realizou investimentos grandiosos no setor da indústria petrolífera, o que proporcionou crescimento no período seguinte (TAVARES 1977).

De 1956 a 1961 entra-se na terceira fase de desenvolvimento pós-guerra, com o aumento da participação direta e indireta do Governo nos investimentos, e a entrada de capitais estrangeiro privado, responsável por financiar certos setores.

O Governo adotou um programa de metas setoriais, dando racionalidade à expansão industrial, destinando o capital estrangeiro para os setores da indústria mecânica sob forma de investimento direto. Foi nesse período que teve instalação de algumas indústrias dinâmicas como a automobilística, de construção naval, de material elétrico pesado e outras indústrias mecânicas de bens de capital.

O plano de metas tinha dois objetivos principais: O primeiro dizia respeito à solução das maiores inadequações entre a infra-estrutura, especialmente Energia e Transporte, e o grau de desenvolvimento econômico, que consistiu basicamente em investimentos públicos, responsáveis pelo grande aumento de participação do Governo na formação bruta de capital. O segundo, à implantação e integração vertical da estrutura industrial brasileira, que visava à ampliação e instalação de certos ramos considerados prioritários para o desenvolvimento econômico do país (VERSIANE; BARROS, 1978, p. 268).

Deste modo se aprofundou consideravelmente o processo de substituição de importações no Brasil, que conduziu um ritmo de desenvolvimento mais acelerado neste período que nos anteriores.

### 2.3 AS MODIFICAÇÕES SETORIAIS NA ESTRUTURA INDUSTRIAL BRASILEIRA

Em 1949, duas indústrias eram responsáveis em conjunto, por mais de 50% do valor da produção total das indústrias de transformação: a de alimentos e a têxtil, já em 1958 suas participações haviam baixado para 36%. O grande aumento pesou no lado das indústrias mecânicas, materiais elétricos, transporte e química, que eram setores dinâmicos. (TAVARES 1989).

As indústrias que correspondiam coeficientes importados mais elevados, em 1949, eram a mecânica, a de material de transporte e de material elétrico.

A mecânica apresentou uma baixa sensível em 1958 e diminuiu inclusive a participação nas importações. Outra indústria a de material de transporte é a que apresentou resultado mais satisfatório para a década de 50, principalmente após 1957 com a implantação do parque automobilístico nacional, e logo após em 1961 atingiu patamares de importações com forte redução, mas a indústria de material elétrico apresentou entre

1949 e 1958 uma queda de 70% no coeficiente de importação o que acabou sendo a mais violenta sofrida por qualquer setor industrial no período. (TAVARES 1977, p. 94, 95).

Ao mesmo tempo em que a indústria modificava sua participação na economia, sua estrutura interna sofria transformações, aumentando gradativamente o peso dos ramos mais dinâmicos, essencialmente produtores de bens de consumos duráveis, intermediários e de capitais (VERSIANE; BARROS, 1978).

As duas indústrias dinâmicas em que a substituição já havia atingido um estágio mais avançado em 1949 são a químico-farmacêutica e a metalúrgica, que aumentou consideravelmente a participação na produção, sobretudo no último período.

Os esforços de substituição de importações realizados nas indústrias de transformação resultaram em mudanças acentuadas na estrutura produtiva e na correspondente estrutura de importações. Em 1958 pode se considerar acabado o processo de substituição das indústrias tradicionais como um todo. As indústrias que manifestaram o comportamento mais dinâmico são as de base, para as quais o coeficiente de importação era muito alto, o que pode permitir o efeito substitutivo.

### **3 INDÚSTRIA DE CAMINHÕES**

A indústria automobilística brasileira nasceu com o caminhão. Desde 1957, quando a indústria foi criada, a 1960 a quantidade de veículos que trafegavam girava em torno de 321 mil, destes 48,10% eram caminhões, 35% eram utilitários e 16% automóveis. Foi pensando em caminhões que Getúlio Vargas incentivou a criação da indústria automobilística, preocupado com os dólares que o país gastava importando veículos: US\$ 166,1 milhões em 1951, mais do que era gasto com o trigo e petróleo, 60% dos quais referentes a caminhões que exigiam desembolso de quase US\$ 100 milhões por ano<sup>4</sup>.

Mais preocupado com a política e a balança de pagamentos é pouco provável que Getúlio imaginasse que o Brasil tivesse um dia a quinta maior indústria de caminhões do mundo e que de 1957 até 2005 produzisse quase 1,5 milhão desses veículos.

Embora, o primeiro caminhão nacional que surgiu foi um Ford F-600 a gasolina, com motor V8 de 167 cavalos, o país já montava caminhões na década de 20 com considerável quantidade de peças nacionais.

---

<sup>4</sup> <http://www.anfavea.com.br/50anos/136.pdf> acesso 10.abril.2009.

A Ford instalou-se no Brasil em 1919, logo após surgiu a General Motor em 1925 e a primeira montadora especialista na montagem de caminhões, a International Harvester, chegou em 1926. A FNM fora criada em 1938, pouco antes da guerra, para produzir e dar manutenção a motores de avião, mantendo-se nessa atividade por mais de dez anos. Em 1958 a FNM lança o modelo D 11.000, da Alfa Romeo, vendendo quatro mil unidades, e tempos depois passou a ser chamado popularmente de Fenemê.

Apesar de vender mais de 15 mil veículos no Brasil dos anos de 1956 a 1960 nos anos seguintes a empresa perdeu mercado chegando a operar em 1967 com apenas 38% da sua capacidade. Em fins de 1976 é adquirida pela Fiat Diesel que produziu caminhões até 1985 retomando sua produção a partir de 2000 e encerrando em 2005 deixando suas atividades para sua co-irmã e parceira de grupo, a Iveco (ANFAVEA 2009).

Na Tabela 1, pode ser verificado um histórico das principais montadoras de caminhões que se instalaram no Brasil, a partir da segunda década com empresas voltadas apenas para a fabricação de peças destinadas a montagem em caminhões, passando para o aparecimento da indústria no país em 1957, também como o surgimento dos principais fabricantes durante todo o período de crescimento dessa indústria no país.

**Tabela 1 - Fábricas de Caminhões no Brasil - 1919 – 2007**

Ano	Cidade/Estado	Empresa	Tipo de Produto
1919	São Paulo – SP	Ford S/A	1º Fabricante de automóveis no Brasil
1925	São Paulo – SP	General Motor S/A	Montagem de veículos importados
1926		Internacional Harvester	Montagem de peças em Caminhões
1928		FIAT	Montagem de peças em Caminhões
1951	Rio de Janeiro – RJ	FNM	Montagem do Caminhão Alfa Romeo D – 9500
1956	São Paulo – SP	Mercedes-Benz	Nova linha de montagem no Móoca em São Paulo
1957		Ford S/A	Ford F-600 Motor V8 167 CV
1957	Santo André – SP	International Harvester	Produção do Modelo NV 184
1957		Mercedes-Benz	Lançado o modelo LP 321
1958	Rio de Janeiro – RJ	FNM	Lança o modelo Alfa Romeo D 11000v (Fenemê)
1958	São Paulo – SP	Scania-Vabis do Brasil	Ínicio com a produção de motores a Diesel
1958	São Paulo – SP	Ford S/A	1º caminhão da empresa o F 350 com motor V8 e capacidade 2670 kg
1960		FNM	Encerrou a produção do caminhão Fenemê
1961		Ford S/A	Apresentado o 1º caminhão de motor a diesel, o F 600
1962	Caxias do Sul – RGS	Agrisa S/A	Fabricação inicial de Microtratores de duas rodas
1962	São B. Do Campo – SP	Scania-Vabis do Brasil	Transferência da fábrica
1965		Agrale S/A	Em 14 de outubro adquire o controle acionário da

			Agrisa S.A sendo a única empresa 100% nacional
1965	Santo André – SP	International Harvester	Empresa parou a produção no Brasil
1969	São B. Do Campo –SP	Mercedes-Benz	Adquire controle da Sofunge criando o modelo M1113
1974		Scania-Vabis do Brasil	Lança no mercado os modelos LK140, mais potente da categoria
1977	Curitiba – Pr	Volvo do Brasil Veículos S.A	Preparação das instalações para fabricação de caminhões
1979	Rio de Janeiro – RJ	Volvo Penta	Início da marinização de motores AQB41
1980	Curitiba – Pr	Volvo do Brasil Veículos S.A	Início da produção de caminhões Pesados
1981	São Paulo – SP	Volkswagen Caminhões	Produção do Caminhão a álcool o F13, e depois os 11.130 e 13.130
1982	Caxias do Sul – RGS	Agrale S/A	É desenvolvido o Caminhão TX1100 da atual família de caminhões Agrale
1983	Manaus – AM	Agrale S/A	Empresa transfere-se para Manaus produzindo Tratores Pesados
1985		Ford S.A	Surge às moderníssimas cabines basculáveis "Cargo" exportadas até para os EUA
1996	Resende – RJ	Volkswagen Caminhões	Investe 250 milhões na fábrica, uma das mais modernas do mundo.
1997	Sete Lagoas – MG	Iveco	Fábrica da Fiat para produção de ônibus e caminhões
1999		Volkswagen Caminhões	Produção cresce de 10.6 mil caminhões para 29.2 mil/ano
2001	São B. Do Campo –SP	Ford Caminhões	Nova fábrica para produção de caminhões
2004		Scania do Brasil	Lançado a linha de caminhões "Evolução"
2007		Iveco	Venda recorde de 6000 unidades. Eleita como "Caminhão do Ano"

Fonte: ANFAVEA – Montagem própria obtido em : <[www.anfavea.com.br](http://www.anfavea.com.br)> acesso 15. maio.2009.

Em 1957 também foi lançado o Chevrolet Série 6.500 e o primeiro Mercedes-Benz, o L312. A fabricação desse caminhão apelidado de Torpedo marcou a quebra de tabu existente no Brasil dos anos 50, segundo o qual, seria impossível fundir no país bloco de motor diesel, mas com o apoio de engenheiros da Mercedes-benz, em 1955 a Sofunge não só passa a fundir blocos de motores da montadora alemã, como atinge qualidade equiparada às fundições da Europa e dos Estados Unidos e anos depois a Mercedes adquire o controle da Sofunge, que entraria para a história como o marco de capacitação da metalurgia brasileira.

Dentre os vários sucessos de vendas da Mercedes-benz, o modelo L 1113, produzido de 1969 a 1987, foi o recordista nacional, alcançando produção acumulada de mais de 207 mil unidades e atualmente, cerca de 184 mil L 1113 ainda estão rodando por todo o País (ANFAVEA 2009).

Em 1958 chega a Scania-Vabis com o pesado L-75, que dois anos depois teria 75% de nacionalização do seu peso. Com capacidade para fabricar 1,2 mil caminhões em um único turno a Scania inaugura em 1962 por João Goulart a fábrica de São Bernardo do Campo. Em 1965 a empresa abre caminho para o mercado externo exportando caminhões para o Uruguai, essa estratégia deu certo tanto que hoje a empresa exporta mais da metade da sua produção nacional.

Em 1989, ela lançou a linha HW e EW para caminhões equipados com motores de até 411 cavalos, os mais potentes do mercado brasileiro na época.

No ano de 1997 foi a primeira montadora na América Latina a receber a certificação ISO 14001, referente ao meio ambiente. No ano seguinte surgiu no mercado os veículos da Série 4 e com eles chegam também os motores eletrônicos de 12 litros, Já em 1999, são colocados no mercado brasileiro os primeiros ônibus para transporte urbano com piso baixo, L94 UB, e os primeiros motores marítimos eletrônicos de 12 litros.

Em 2004 seguindo uma linha de expansão tecnológica no mercado brasileiro foi lançada a linha de caminhões, *Evolução*, produzidos em São Bernardo do Campo, com o motor de 9 litros, totalmente eletrônico. Em 29 de novembro de 2004 a fábrica de São Bernardo produziu o 150.000º caminhão no Brasil<sup>5</sup>

Em 1959 a Ford lança o F-350 e a Internacional os modelos N-149, N-184 e N-189. Atingiu seu pico de produção em 1980, com 24,8 mil unidades e anos depois em 1985 despontou no mercado com a moderníssima linha de caminhões com cabines basculável, *Cargo*, que posteriormente passou até a ser exportado para os EUA.

No final de 2001 a montadora investiu cerca de US\$ 200 milhões em uma nova fábrica em São Bernardo dos Campos e criou a Ford Caminhões, com autonomia para desenvolver produtos, cuidar da rede de distribuidores e das estratégias de Marketing. As vendas saltaram de 13,1 mil unidades para 16,5 mil já em 2004 (ANFAVEA 2009).

Com fábrica em Curitiba, a Volvo começou no Brasil em 1978 com a montagem de ônibus. Seus primeiros caminhões chegaram dois anos depois com a fabricação do caminhão N10. O maior sucesso da Volvo foi a família NL 10 e 12 com cerca de 38 mil unidades vendidas desde 1989 e que ficou em produção até 1999.

Um dos grandes marcos da empresa na década de 90, saindo do ramo de caminhões, foi a implantação dos biarticulados, Ônibus com 25 metros de comprimento e

---

<sup>5</sup> [http://www.scania.com.br/Sobre\\_Scania/Press\\_Releases/05\\_Press\\_Releases\\_Rel\\_31\\_09.asp](http://www.scania.com.br/Sobre_Scania/Press_Releases/05_Press_Releases_Rel_31_09.asp) . acesso 12. abril.2009.

capaz de transportar 250 passageiros por viagem, que deram um novo fôlego ao sistema de transporte de passageiros de Curitiba. A cidade passou a contar com os ônibus, especialmente desenvolvidos pela Volvo do Brasil. Inicialmente desenvolvidos sobre chassis B58 e mais tarde sobre os B10M e B12M. Com sua grande capacidade, os biarticulados melhoraram a qualidade de vida das grandes cidades, por meio de um transporte mais eficiente. Além disso, trouxeram ganhos ambientais, pois diminuíram a emissão de poluentes por passageiro transportado.

Também foi pioneira na motorização eletrônica com a importação do FH12 em 1994 que continha uma cabine avançada da Suécia. Em 1993 adquiriu o Transbanco (Banco de Investimentos S.A.) a fim de operar na captação de recursos para o financiamento de produtos da marca. Esse foi o embrião da atual Volvo Serviços Financeiros que assumiu o controle daquela instituição financeira.

Em 1996 a montadora lançou a linha de caminhões EDC – Eletronic Diesel Control, com gerenciador eletrônico de injeção de combustível que garantiria maior desempenho e economia de combustível, menor custo operacional e menor emissão de poluentes. Em 2004 registrou o melhor ano da sua história no país, com cerca de 5.8 mil pesados e 1,2 mil semi-pesados.<sup>6</sup>

A Volkswagen começou a produzir caminhões em 1981, depois de assumir controle da Chrysler. A história começou em 1966, quando a Chrysler Internacional comprou o controle da Simca do Brasil, e já em 1969 passou a produzir o caminhão Dodge D-700 para serviços pesados, mas de capacidade média que foram muito utilizados em usinas de cana-de-açúcar e tiveram versão com motor a álcool.

Até 1979, quando a empresa adquiriu o controle da Chrysler brasileira cerca de sete modelos haviam sido lançados no mercado e em 1986 produziu mais de 15 mil unidades, em 1990 a fábrica de caminhões mudou para o bairro do Ipiranga, em São Paulo e no ano de 1996 investiu U\$\$ 250 milhões na fábrica de Resende, que é tida como uma das mais modernas do mundo, já em 2004 acumulou 300 mil unidades produzidas.

Empresa pertencente ao Grupo Fiat, a Iveco iniciou suas atividades no Brasil em 1998 e em 2000 montou sua fábrica em Sete Lagoas, onde produz a linha Daily. Em 2004 só a linha Daily cresceu 84% e para atender a demanda dos pesados a fábrica vinha trabalhando em dois turnos. Colocou no mercado mais de 25 mil caminhões de 1997,

---

<sup>6</sup> [http://www.volvo.com/group\\_brazil\\_pt-br/quemsomos/avolvonobrasil/cont\\_avolvodobrasil.htm](http://www.volvo.com/group_brazil_pt-br/quemsomos/avolvonobrasil/cont_avolvodobrasil.htm) , acesso 14. abril 2009.

quando começou a importar, até 2005. Em 2004 as operações na América Latina mostraram seus melhores resultados, incremento de 40% na participação no mercado, provocado pela nacionalização de componentes destinados ao segmento de médios e pesados. A empresa investiu R\$ 30 milhões em 2004 e faturou 300 milhões, 78% a mais que no ano anterior (ANFAVEA 2009).

A Agrale, arrojada concretização dos sonhos do gaúcho Francisco Stédile iniciou a produção de caminhões em Caxias do Sul, RS, em 1983, e seu maior sucesso de mercado foi o 1600 d, fabricado no período de 1983 a 1994, com motor MWM de três cilindros e 61 cavalos. Seu pico de produção foi em 1986, quando produziu 1,6 mil unidades para o mercado interno (ANFAVEA 2009).

### 3.1 CENÁRIO NACIONAL

O caminhão, ao contrário de veículos de passeio, por ser um bem de capital está diretamente ligado ao crescimento da economia como um todo e especialmente ao setor agrícola. Estima-se que cada ponto percentual de aumento no PIB represente 20 mil novos caminhões vendidos. A idade média da frota de caminhões dedicados ao transporte de cargas no Brasil encontra-se em torno de 20 anos para autônomos, e de 12 anos para empresas demonstrando que existe muito espaço para crescimento do mercado <sup>7</sup>.

O mercado de caminhão pode ser segmentado da seguinte maneira:

- Semi-leves – Peso Bruto Total (PBT) maior que 3,5 toneladas e menor que 6 toneladas.
- Leves – PBT maior que 6 toneladas e menor de 10 toneladas
- Médios – PBT igual ou maior que 10 toneladas e menor que 15 toneladas;
- Semi-pesados – PBT igual ou maior que 15 toneladas que incluem:
- Caminhão-chassi com Capacidade Máxima de Tração (CMT) igual ou menor de 45 toneladas.
- Caminhão-Trator com Peso Bruto Total Combinado (PBTC) igual ou menor que 40 toneladas;
- Pesados – PBT maior ou igual a 15 toneladas, incluindo:

---

<sup>7</sup> Fonte: [http://www.ipt.br/atividades\\_pit/notas/files/Defensivos\\_Agricolas.pdf](http://www.ipt.br/atividades_pit/notas/files/Defensivos_Agricolas.pdf), acesso em 25 de abril 2009.

- Caminhão-chassi com Capacidade Máxima de Tração (CMT) maior que 45 toneladas.
- Caminhão-Trator com Peso Bruto Total Combinado (PBTC) maior que 40 toneladas,

No cenário brasileiro a montadora Mercedes-Benz é a líder histórica do mercado de caminhões, porém desde a década de 2000, vem enfrentando o crescimento da concorrente VW, principalmente porque o Brasil é a maior operação de caminhões dessa empresa no mundo. Atualmente, a liderança é disputada ponto a ponto com a Mercedes que leva vantagem no segmento de semi-leves e pesados e alcançou no ano de 2008 27,5% das vendas do mercado interno, enquanto a VW lidera os segmentos de médios semi-pesados e leves obtendo no mesmo ano 25,7% de vendas.

Na tabela 2 segue detalhamento da participação nas vendas internas por segmento das principais montadoras no ano de 2008:

**Tabela 2 – Vendas de Caminhões no Brasil por segmento - 2008. Fonte: ANFAVEA**

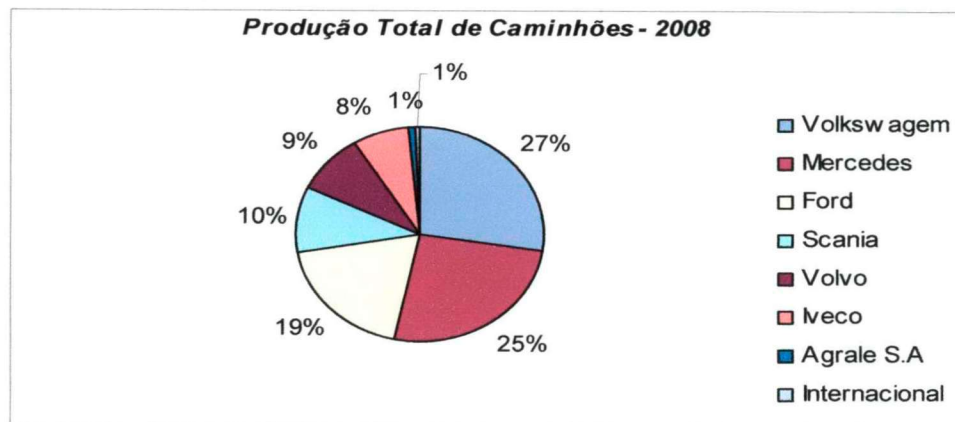
<i>Caminhões Leves</i>		<i>Caminhões Semi-Pesados</i>	
Mercedes Bens	8196	Mercedes Bens	12596
Ford	6731	Ford	8686
VW	9539	VW	13270
Iveco	842	Iveco	1460
<i>Caminhões Semi-Leves</i>		<i>Caminhões Pesados</i>	
Mercedes Bens	3044	Mercedes Bens	9652
Ford	2416	Ford	1593
VW	899	VW	7594
Iveco	2108	Iveco	5603
<i>Caminhões Médios</i>		Scânia	8008
Mercedes Bens	4078	Volvo	7038
Ford	2476		
VW	5810		
<b>Total Geral 121.639</b>			

Fonte: ANFAVEA – obtido em : <[www.anfavea.com.br](http://www.anfavea.com.br)> acesso em 07 de maio 2009.

Se por um lado essa empresa está próxima de ser a líder em vendas no mercado interno, em contrapartida ela já alcançou em 2008 a maior produção do setor com 27% com cerca de 46.029 mil veículos, seguido pela Mercedes com 25% com cerca de 43.363 mil caminhões. O destaque está para a montadora Iveco que no ano de 2008 obteve 8% da

produção nacional com 12.803 veículos e desde 2006 essa empresa tem obtido o maior crescimento das montadoras. O Detalhamento da participação na produção de cada montadora em 2008 é apresentado no gráfico 1.

**Gráfico 1 – Participação por empresa na produção de Caminhões no Brasil – 2008**  
**Fonte: ANFAVEA**



### 3.2 LINHAS DE FINANCIAMENTO

A indústria de caminhões tem forte crescimento de vendas principalmente quando existe uma abertura maior nas linhas de crédito de financiamento, ao contrário dos automóveis, que tem disponibilidade de financiamentos em até 84 meses, não se observa a mesma disponibilidade de crédito, especialmente para caminhoneiros autônomos, um motivo para essa diferença na disponibilidade de crédito é a dificuldade em se garantir os empréstimos, pois em uma situação de inadimplência a justiça entende que o caminhão é um bem necessário para a manutenção do emprego do caminhoneiro, e, portanto, há mais dificuldade em retirar o bem do inadimplente.

O governo federal, através do BNDES, disponibiliza linhas de financiamento como o *Finame*, e o *Procaminhoneiro*, detalhados conforme abaixo:

*Procaminhoneiro*: É um programa que tem como objetivo financiar por meio de instituições financeiras credenciadas, a aquisição de:

- Equipamentos novos: caminhões, chassis, caminhões-tratores, carretas, cavalos-mecânicos, reboques, semi-reboques, desde que cadastrados no BNDES:

- Equipamentos usados: caminhões, chassis, caminhões-tratores, que no ano de apresentação do pedido de financiamento ao BNDES tenham completado até 8 (oito) anos contados a partir do ano de sua fabricação;
- Sistemas de rastreamento novos, cadastrados no BNDES, quando adquiridos em conjunto com equipamentos novos e usados financiáveis; e
- Seguro do bem e seguro prestamista, quando contratados em conjunto com equipamentos novos e usados financiáveis<sup>8</sup>.

Esse programa foi lançado em julho de 2006 com o objetivo de atender financiamento de caminhões novos e usados, e com um prazo de até sete anos para quitar o bem.

A criação desse programa veio com o objetivo de contribuir para renovação da frota através do financiamento de caminhões e implementos novos e usados, sistemas de rastreamento e seguro do bem, o Procaminhoneiro, do BNDES, um ano após o seu lançamento ainda não havia convencido os motoristas autônomos como um bom negócio, um dos motivos alegados é que o valor das prestações para a compra de um caminhão novo ainda são considerados além da realidade financeira dos profissionais autônomos. A prestação de um veículo novo comprado por cerca de R\$ 410 mil reais, mais implementos e seguro, financiado em 60 meses seria em torno de R\$ 8 mil, e a realidade é que a grande parte dos profissionais dessa categoria dificilmente consegue uma renda para quitar uma prestação como esta. Segundo dados do BNDES entre julho de 2006 e julho de 2007 o programa liberou R\$ 250 milhões em aprovações em cerca de 2.000 operações e desse total, 50% foram negociados com os autônomos<sup>9</sup>.

Esse programa atende exclusivamente o segmento de transporte rodoviário de cargas e por isso uma das exigências é que o interessado no crédito esteja inscrito no Registro Nacional de Transportadores Rodoviários de Carga.

*Finame* (Agência Especial de Financiamento de Máquinas e Equipamentos) é um financiamento destinado à aquisição de máquinas e equipamentos novos de fabricação nacional, credenciados pelo BNDES, para operações de arrendamento mercantil.

O financiamento é concedido à empresa arrendadora para aquisição dos bens, os quais, serão simultaneamente arrendados à empresa usuária, a arrendatária. O BNDES ao

---

<sup>8</sup> [http://www.bndes.gov.br/programas\\_industriais\\_procaminhoneiro.asp](http://www.bndes.gov.br/programas_industriais_procaminhoneiro.asp), acesso 27.abril.2009

<sup>9</sup> Revista o carreteiro Ed. 396, 2007.

credenciar o produto verifica tão somente o processo produtivo do fabricante, sendo assim, o credenciamento do produto no BNDES não gera à instituição qualquer responsabilidade por problemas relacionados à qualidade e/ou ao desempenho técnico operacional do bem em questão<sup>10</sup>.

O BNDES possui várias linhas de financiamento que se enquadram entre os apoios financeiros do banco, entre eles os de leasing que possui as mesmas características do Finame, mas com efeitos fiscais do arrendamento mercantil. Esse tipo de modalidade é destinado para pessoas jurídicas.

Dentre as modalidades de leasing, o Banco Central disponibiliza a nove anos o *leasing operacional*, em que o arrendatário ao final do contrato tem a opção de devolução do bem ou o direito de continuidade do contrato e caso o cliente deseje ficar com o veículo ao fim do arrendamento ele pagará o preço de mercado. Esse tipo de modalidade de financiamento ainda não teve grande alcance no mercado nacional, das 37 instituições financeiras que oferecem a modalidade no mercado menos da metade a pratica, diferentemente do que acontece em países desenvolvidos onde o modelo funciona. Segundo Osmar Roncolato, vice presidente da associação das empresas leasing, “se existe instabilidade com relação a preços, inflação demanda, taxas de juros é muito difícil para um arrendador projetar o valor de mercado do bem em um, dois ou três anos”<sup>11</sup>.

#### **4 ANÁLISE DO MERCADO**

Segundo dados da ANFAVEA (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores) a produção de caminhões no Brasil desde o início da década saltou de 68.259 para 167.330 caminhões produzidos no ano de 2008, representando um aumento de quase duas vezes e meia a mais se comparados com a produção do ano de 2000, que obteve em torno de 66.000 veículos produzidos, apesar da alta da produção na década esse aumento teve maior crescimento principalmente nos últimos cinco anos.<sup>12</sup>

Quando as vendas se apresentaram em baixa no mercado interno como pode ser evidenciado no ano de 2005, o setor externo se mostrou extremamente favorável saindo de

---

<sup>10</sup> [http://www.bndes.gov.br/linhas\\_finame.asp](http://www.bndes.gov.br/linhas_finame.asp), acesso em 20.abril.2009.

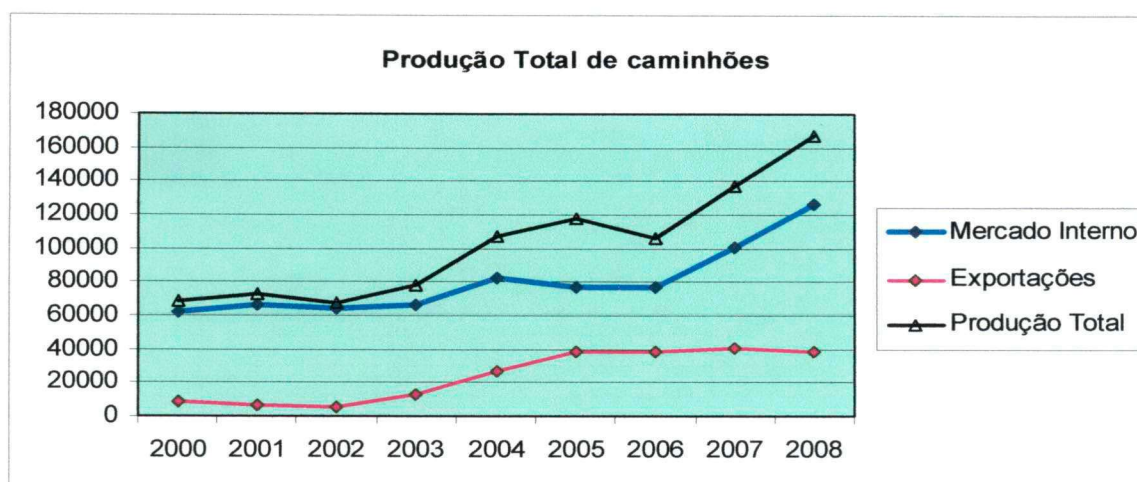
<sup>11</sup> Revista Caminhão & Cia., ed. 14. 2007

<sup>12</sup> Ver gráfico 2 para dados de produção total.

uma quantidade 26.650 em 2004 para 38.312 unidades vendidas neste ano (ANFAVEA 2009).

O ano de 2005 foi marcado pelo grande desempenho das vendas para o mercado externo, ainda que esse mercado tenha se apresentado com queda na sua produção, dos 117.705 mil caminhões produzidos cerca de 38.188 veículos foram exportados para a América Latina – Argentina e Chile na maior parte e Europa, comparados ao ano de 2002 as exportações cresceram mais de quatro vezes.

**Gráfico 2 – Produção Total, Vendas no Mercado Interno e Exportações de 2000 – 2008.**



Fonte: ANFAVEA – Montagem própria obtido em : <[www.anfavea.com.br](http://www.anfavea.com.br)>acesso em 15 de maio 2009

Nos anos de 2005 e 2006 o mercado de caminhões praticamente encolheu no mercado interno demonstrando resultados pouco satisfatórios, a quebra da safra foi um dos principais motivos que travaram a produção e a venda de veículos pesados. De acordo com a tabela 3 as vendas totalizaram 77258 em 2005 e 76654 unidades em 2006, uma baixa de 7,9% comparada ao ano de 2004. Na tabela 3 pode ser evidenciado o comportamento nas vendas no mercado interno dos principais fabricantes durante o período de 2000 a 2008.

**Tabela 3 – Vendas Internas de Caminhões Por Empresa 2000 - 2008**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Agrale S.A	343	491	545	657	675	445	302	619	822
Daimlerchrysler do Brasil	22055	21135	20026	21005	23925	22847	25689	31166	37565
Ford Motor Comp. Brasil	12082	13114	14182	13269	16528	15874	14671	18585	21902
Iveco Mercosul Ltda	578	3209	2454	1400	3518	3078	2420	5337	10043
Scania Latin América	5335	5428	3235	4127	6094	5225	5062	6505	8010
Volkswagem	13660	17844	18184	20752	25053	23532	22404	29678	37112
Volvo do Brasil	4032	4209	4318	4713	6354	5944	6105	7853	10134
Outras Empresas	3534	1156	872	440	608	313	1	1068	1172
<b>Total Geral</b>	<b>61619</b>	<b>66586</b>	<b>63816</b>	<b>66363</b>	<b>82755</b>	<b>77258</b>	<b>76654</b>	<b>100811</b>	<b>126760</b>

Fonte: ANFAVEA – Montagem própria obtido em : <[www.anfavea.com.br](http://www.anfavea.com.br)>acesso em 15 de maio 2009.

O ano de 2007 foi marcado pela grande explosão de vendas do setor com um crescimento de 25,74% no ano. Esse crescimento foi possível principalmente pela safra recorde de 131,1 milhões de toneladas de grãos e a expansão do setor sucroalcooleiro. Com a produção dos automóveis voltado para os motores flexíveis e o advento do biodiesel as demandas do setor do segmento sucroalcooleiro aumentaram as encomendas de caminhões destinados a transportar cana, álcool e insumos do biodiesel.

Esse crescimento gerado no setor trouxe uma fila de espera por parte do consumidor no recebimento de alguns modelos de caminhão de até 150 dias, apesar dos fabricantes preverem que o ano de 2007 poudesse haver um crescimento, a verdade é que nada esperado ao nível em que chegou. A Iveco que apresentou o maior crescimento no mercado chegando a atingir 120,5% de aumento das vendas, além de ter que adaptar sua produção para atender a demanda do mercado teve que contratar 160 funcionários para poder acelerar a fábrica de Sete Lagoas, MG (Caminhão & Cia 2007).

A exemplo de 2007 o ano de 2008 também ficou marcado na história para os fabricantes de caminhões instalados no Brasil, com recordes de produção, vendas e fila de espera para receber o produto. O aumento na produção registrou um crescimento de 22,09% no ano.

## 5 DIFERENCIAÇÕES DE PRODUTOS

A diferenciação é um importante fator tido como vantagem competitiva de que a empresa pode dispor. Esse diferencial pode vir através de alguma coisa valiosa, como um serviço de qualidade que ela possa oferecer aos compradores além do preço baixo, podendo originar-se potencialmente em qualquer parte da cadeia de valores. Atividades de tecnologia podem resultar em projetos de produtos singulares, também diferenciadores. (CASTELLI 1999).

Todos os anos dentro desse setor os principais fabricantes dispostos a ganhar maior fatia do mercado disponibilizam veículos com novas tecnologias. Neste caso um exemplo claro é a Mercedes-Benz que inovou na linha Axor 2044 4x2 com 428cv, através do novo sistema de freios Turbo-Brake, que é exclusivo da marca, esse sistema permite assegurar velocidade compatível nos trechos de declives, oferecendo segurança e economia, dessa forma o motorista praticamente não utiliza o freio de serviço do veículo. Esse sistema foi tão importante para a empresa que agregado a outros fatores inovadores tornou ele o caminhão mais potente da marca no país<sup>13</sup>.

### 5.1 PÓS-VENDA

A grande maioria das empresas que compõem o mercado de caminhões atua nos diferentes seguimentos, sejam eles linha de pesados, médios, leves, semi-leves e semi-pesados. O faturamento dessa indústria é composto de dois principais produtos:

Caminhões novos que retêm uma margem menor e venda de peças de reposição com um retorno maior. As atividades de venda e pós-venda são realizadas por uma rede de concessionários exclusivos da marca, portanto, todas as atividades que envolvam os compradores desta indústria são realizadas pelos concessionários autorizados. Estas concessões são feitas a grupos econômicos, normalmente, de capital nacional, com objetivo de se ter uma cobertura geográfica a nível nacional.

As receitas dos concessionários provem da venda de veículos novos e usados (menor margem) e da venda de serviços e peças de reposição denominada de pós-venda (maior margem). O consumidor desta indústria enxerga o veículo que está adquirindo

---

<sup>13</sup> Revista O Carreteiro, ed. 415, 2009.

como um bem de produção, ou seja, este caminhão serve para realizar entregas de sua própria comercialização ou para a venda de serviços de frete.

Desta forma, diferentemente do mercado de automóvel onde o comprador utiliza o veículo como bem de consumo, todos os gastos, relativos a tais veículos, compõe o seu custo de produção. Outro importante custo ou fator de perda de receita está no índice de disponibilidade/aproveitamento do veículo, pois um veículo parado para a realização de manutenção pode significar perda de receita e/ou aumento de custo.

As concessionárias para evitarem qualquer perda de tempo com caminhões parados em suas oficinas devem disponibilizar o melhor atendimento ao cliente. O serviço de pós-vendas é fator diferenciador.

Todas as empresas, tanto as maiores quanto às de menor participação buscam singularidade superior na:

- Habilidade para atender a necessidade do cliente em qualquer parte do Brasil;
- Manutenção simplificada e rápida dos veículos, onde quer que ele esteja rodovia ou cidade;
- Oferta de serviços, ou seja, em qualquer ponto de atendimento o cliente pode encontrar as mesmas coisas, com a mesma qualidade.

Neste contexto, os serviços ao cliente na área de pós-venda constituem um importante fator da decisão de compra. Nesta indústria, os benefícios intrínsecos, proporcionados pelos diferentes veículos produzidos, têm se tornado muito semelhantes, bem como a tecnologia empregada, de forma a não mais constituírem diferenciais competitivos expressivos. Pode se dizer que este mercado está enfrentando uma *comoditização*.

Os benefícios intangíveis, por sua vez, estão assumindo papel de crescente importância para a competitividade, principalmente no que se refere ao serviço ao cliente. área em que a logística tem um papel fundamental, por ser o grande instrumento para tornar disponíveis peças de reposição/serviços e viabilizar atendimento adequado<sup>14</sup>.

Um importante meio encontrado pelos fabricantes para atrair o cliente são os cursos por eles ofertados juntamente à rede de concessionários, com programas de treinamento de motoristas para mostrar e comprovar ao cliente a eficiência, qualidade e

---

<sup>14</sup> Estudo de Caso, Alfa do Brasil – Conquistando Vantagem Competitiva com Sistema de Informação.

durabilidade dos produtos, além de contribuir para redução de custos, acidentes e aumentar a rentabilidade do veículo.

Mesmo com toda tecnologia disponível nos caminhões atuais tornou-se imprescindível uma mão de obra qualificada para operar de forma correta o equipamento e tirar o melhor proveito de todos os benefícios que são oferecidos.

Há 11 anos, a Scania disponibiliza o *Master Drive* aos clientes da marca que trata-se de um programa de treinamento que demonstra na prática a maneira correta de condução do veículo, para gerar redução de consumo de combustível, pneus e lonas de freios, entre outros itens.

A Volvo oferece um programa de treinamento que inclui conteúdos que vão desde a entrega técnica, funcionamento do veículo, até a direção econômica segura, na qual o motorista aprimora as técnicas de condução. Outro programa oferecido pela montadora é o *Programa Transformar* iniciado em 2008 e que estimula os condutores a adotarem uma postura mais segura, como gerenciador de riscos no dia-a-dia da profissão, proporcionando melhoria em sua qualidade de vida e na rentabilidade das transportadoras. (O CARRETEIRO ed. 415, 2009).

## 5.2 BARREIRAS A ENTRADA

As barreiras à entrada estão ligadas à idéia do preço limite, ou seja, até quando as empresas líderes podem aumentar seus preços acima de um nível competitivo sem induzir a entrada de novos concorrentes, dessa forma os preços dos líderes devem estar em um nível capaz de inviabilizar o retorno dos investimentos realizados pelos novos concorrentes, o que torna as economias de escala de suma importância na diferenciação de produtos. No caso das economias de escala ao decidir pelo investimento, o investidor espera um retorno maior do que a produção atual.

No setor de caminhões isso pode ser evidenciado através de dois exemplos como no caso da Volkswagen do Brasil que no ano de 1996 investiu cerca de US\$ 250 milhões na fábrica de Resende no Rio de Janeiro, o que a tornou a mais moderna do mundo no ramo de caminhões e ônibus. A empresa criou o projeto "Consórcio Modular", colocando dentro do complexo da fábrica os sete principais fornecedores de peças e serviços para montagem de caminhões e ônibus. Quase cinco anos após sua inauguração, a nova unidade

bateu recordes de produção, conquistando o prêmio Rio Export-2000 como maior exportador do Estado do Rio de Janeiro para o Mercosul. No início de 2004, a unidade chegou à marca dos 300 mil veículos produzidos ao longo dos seus quase 20 anos de produção no país<sup>15</sup>.

Outro caso é a Volvo do Brasil que investiu no ano de 2009 US\$ 30 milhões no Volvo FH, modelo 2010 que vai integrar a linha F de caminhões. Esse investimento ocorre em um momento em que o mercado está em declínio com redução de 18,2% nas vendas comparado ao ano de 2008. Segundo o Diretor Presidente da Volvo no Brasil Fedalto Jr,

“O plano de desenvolvimento de produtos da Volvo não muda conforme a situação de mercado e toda estratégia da empresa está mantida no programa de médio prazo. Estamos recuperando participação de mercado e o lançamento de um produto de qualidade nos coloca em posição de destaque, pois somos o único com modelo 2010, com a empresa fechando o ano com 17,8% de presença no mercado nacional” (PORTAL EXAME 2009).

A linha lançada no Brasil promete destacar-se pelo baixo consumo e segurança. O veículo vem com ESP (Controle Eletrônico de Estabilidade), sensor de chuva, detector de atenção e cansaço, além de um piloto automático inteligente que diminui o risco de acidentes causados muitas vezes por desatenção do motorista, e tantas outras tecnologias investidas no caminhão (PORTAL EXAME 2009).

Ambos os casos podem se caracterizar por trazer ao inovador certa vantagem de custo, que poderá ser vital para estratégias de diferenciação porque um diferenciador deve manter o custo próximo da concorrência. É possível perceber que é um mercado que investe forte na diferenciação e inovação de seus produtos, da mesma forma que espera um retorno também elevado. Isto certamente se configura em uma forte barreira à entrada de novos concorrentes.

## **6. CONCLUSÃO**

O processo de substituição de importações a que passou o Brasil foi de extrema importância para que houvesse o surgimento de uma indústria automobilística, na história

---

<sup>15</sup> <http://www.vwtbpress.com.br/CarregaHTML.asp?ID=1> acesso 12.Junho.2009

dessa indústria pode se perceber como esse setor obteve um grande crescimento, principalmente nos últimos dez anos, fato esse que a coloca como o quinto maior mercado do mundo. Empresas como Volkswagen do Brasil e Scania, líderes de mercado, não só tem aqui o maior mercado consumidor, como também puderam desenvolver uma grande matriz de exportação dos seus produtos.

Na compra do veículo, tanto o consumidor autônomo como o grande frotista estão cada vez mais exigentes e cuidadosos na escolha dos produtos, não se compra pelo nome da marca, mas principalmente pelos benefícios que a mesma pode oferecer, e que possam proporcionar menor customização do caminhão. Nesse contexto o atendimento pós-venda, se bem feito pelas concessionárias, fazem da venda do veículo um fator de decisão na hora da compra.

## 7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANFAVEA. Disponível em <<http://www.anfavea.com.br/50anos/136.pdf>> acesso 10.abril.2009.

ANFAVEA. Disponível em: <<http://www.anfavea.com.br>> acesso em 07.Maio. 2009.

ANFAVEA. Disponível em: <<http://www.anfavea.com.br>> acesso em 15.Maio. 2009.

AGENDA DE COMPETITIVIDADE PARA A INDÚSTRIA PAULISTA. Disponível em: <[http://www.ipt.br/atividades/pit/notas/files/Defensivos\\_Agricolas.pdf](http://www.ipt.br/atividades/pit/notas/files/Defensivos_Agricolas.pdf)> acesso 25.abril 2009

BNDES. Disponível em:

<<http://www.bndes.gov.br/linhas/financeiro.asp>>, acesso em 20.abril 2009.

BNDES. Disponível em:

<<http://www.bndes.gov.br/programas/industriais/procaminhoneiro.asp>> acesso 27.Abril. 2009

CAMINHÃO & CIA, **Análise Setorial: Faltam caminhões**. 14. Edição, São Paulo: Editora Autodata.

CASTELLI, C. C. **Análise do comportamento da volvo no mercado brasileiro de caminhões pesados**. Curitiba, 1999. 39 f. Monografia (graduação em ciências econômicas) – Departamento de Economia, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná.

FURTADO, C. **Formação Econômica do Brasil** 23. Edição, São Paulo: Editora Nacional. 1989.

MONTEIRO, M. D. F. **Estudo de Caso: Alfa do Brasil – Conquistando Vantagem Competitiva Com Sistemas de Informação**, Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/Semead/5semead/Mqi/Alfa%20do%20brasil.pdf>> acesso em 04.Maio.2009.

PORTAL EXAME, Disponível em:

<<http://portalexame.abril.com.br/ae/economia/volvo-investe-us-30-mi-lancar-caminhao-th-pais-403212.shtml>> acesso em 16 Junho 2009.

REDE BAHIA DE TELEVISÃO. Disponível em:

<[http://ibahia.globo.com/tvbahia/comercial/pdf/mercado\\_de\\_caminhoes.pdf](http://ibahia.globo.com/tvbahia/comercial/pdf/mercado_de_caminhoes.pdf)> acesso em 10.abril.2009.

REVISTA O CARRETEIRO. **O Transporte na Linha do Tempo**, Edição 372. São Paulo: G.G. Editora de publicação técnica Ltda, 2007.

REVISTA O CARRETEIRO. **Tecnologia, Desenvolvimento e Pós-venda, Armas Poderosas Na Disputa Pelo Cliente**, Edição 415. São Paulo: G.G. Editora de publicação técnica Ltda, 2009.

REVISTA O CARRETEIRO. **Procaminhoneiro – Financiamento “ainda patina”**, Ed. 396. São Paulo: G.G. Editora de publicação Ltda, 2007.

SCANIA DO BRASIL. Disponível em:

<[http://www.scania.com.br/Sobre\\_Scania/Press\\_Releases/05\\_Press\\_Releases/Rel\\_31\\_09.a\\_sp](http://www.scania.com.br/Sobre_Scania/Press_Releases/05_Press_Releases/Rel_31_09.a_sp)> acesso em 12.abril.2009.

TAVARES. M. C. **Da Substituição de Importações ao Capitalismo Financeiro**. 6. Edição, Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1977.

VERSIANI F. R.; BARROS J. R. M. **Formação econômica do Brasil, a experiência da industrialização**, 1. Edição, São Paulo: Saraiva, 1978.

VOLVO DO BRASIL, Disponível em:

<[http://www.volvo.com/group/brazil/ptbr/quemsomos/avolvonobrasil/cont\\_avolvodobrasil.htm](http://www.volvo.com/group/brazil/ptbr/quemsomos/avolvonobrasil/cont_avolvodobrasil.htm)> acesso 14.abril.2009

VOLKSWAGEM DO BRASIL, Disponível em:

<<http://www.vwtbpress.com.br/CarregaHTML.asp?ID=1>> acesso em 12.06.2009.