

Uma empresa passada a limpo

Fraude em testes de emissão de poluentes com promete imagem e causa prejuízos à Volkswagen



Nas últimas duas décadas, algumas das gigantes globais da indústria automobilística foram arroladas em denúncias de maior ou menor magnitude relacionadas a defeitos nos veículos que levam sua marca, que chegaram a resultar na morte de centenas de pessoas. No entanto, até agora nenhuma delas havia assumido a repercussão do episódio que envolveu a Volkswagen, acusada de desenvolver um software para fraudar os testes de emissões de poluentes em seus modelos a diesel. O caso foi denunciado pelo governo americano na sexta-feira 18, e causou um tremendo abalo na imagem da empresa alemã.

A começar pelas finanças. Em apenas três pregões, a cotação dos papéis da montadora desabaram 30% na Bolsa de Valores de Frankfurt fazendo o valor de mercado da montadora cair em € 26 bilhões. Contudo, os prejuízos estão longe de acabar por aí. A multa prevista pela Agência Ambiental Americana (EPA, da sigla em inglês) pode atingir US\$ 18 bilhões. O montante é calculado a partir do número de veículos usados para burlar a lei de emissões. Adicione-se a isso o custo com o recall dos 11 milhões de veículos das marcas Volkswagen (Passat, Golf, Jetta e New Beetle) e Audi (A3), confessadamente adulterados.

A montadora já fez provisões no valor de € 6,5 bilhões para bancar os custos. No comunicado divulgado na quarta-feira 23, no qual entrega a carta de demissão, o CEO global da Volkswagen, Martin Winterkorn, se mostrou perplexo com a situação. “Estou chocado com os acontecimentos dos últimos dias”, afirmou. “Acima de tudo estou surpreso como uma fraude nessa escala foi possível numa empresa como a Volkswagen.” O Conselho de Administração da Volkswagen não perdeu tempo e nomeou rapidamente o sucessor de Winterkorn, que vai para casa levando no bolso um cheque de € 67 milhões.

O valor inclui prêmios e bônus por ter colocado a montadora de Wolfsburg na liderança do ranking mundial do setor, com vendas de 5,04 milhões de unidades no acumulado janeiro-junho, superando a japonesa Toyota, com 5,02 milhões. Caberá a Matthias Müller, CEO da Porsche, a marca de luxo controlada pelo grupo Volkswagen, a tarefa de resgatar sua imagem. Müller desfruta da confiança do clã Piëch, acionista majoritário do grupo, além de possuir uma ficha funcional impecável. Difícil imaginar que uma empresa com faturamento anual de € 203 bilhões, em 2014, que emprega 600 mil funcionários ao redor do planeta, venha a fechar as portas na esteira de um escândalo dessas dimensões.

Essa percepção tem sido a tônica das análises na Europa, onde a fraude cometida pela Volkswagen é comparada à catástrofe que atingiu a British Petroleum (BP), devido ao megavazamento de óleo no Golfo México, em 2010, resultante do colapso da plataforma Deep Horizon. Contudo, ao contrário da petroleira, a Volkswagen não está nessa situação delicada por conta de um acidente, mas sim de uma fraude deliberada. Pior: a transgressão acontece numa área que contrasta com a ambição de quem vinha tentando se firmar como líder na busca por veículos ambientalmente sustentáveis.

Um discurso que cai por terra quando surgem provas de que alguns de seus carros poluem 40 vezes mais que o permitido pela legislação. **“Foi um tiro no pé, não apenas da Volkswagen, como também de todo o setor automotivo”, afirma o consultor José Roberto Ferro, presidente do Lean Institute Brasil.** Faz sentido. Os motores a diesel são largamente utilizados em carros de passeio na Europa, ao contrário do Brasil, onde equipam apenas caminhões, ônibus e utilitários, como caminhonetes e vans.

Na semana passada, rumores davam conta de que a Seat, divisão espanhola do grupo alemão, também teria usado o software que ludibria os testes de emissões de poluentes. Na sexta-feira essa suspeita foi reforçada pelas declarações do ministro dos Transportes da Alemanha, Alexander Dobrindt, segundo o qual nada menos de 2,8 milhões de veículos Volkswagen vendidos na Europa estariam equipados com o software condenado. “Na dúvida, a tendência é de que os órgãos reguladores dos países europeus realizem novos testes”, diz o consultor Paulo Cardamone, diretor da Bright ISD Consulting, especialista no segmento automotivo.

Ainda é cedo para saber qual será o impacto nas vendas da empresa que é um dos símbolos da economia alemã. Para Ferro, do Lean Institute, o efeito deverá ser reduzido. “O comprador típico dos veículos da Volkswagen leva mais em conta o fator preço do que o ambiental”, afirma. O mesmo, segundo o consultor, se aplicaria à China, o maior mercado do mundo, e ao Brasil, onde a empresa não comercializa veículos de passeio movidos a diesel. Pelo sim, pelo não, na sexta-feira 25, o Ibama anunciou que pretende passar um pente fino nos modelos da empresa. Procurada, a direção da subsidiária não quis comentar o escândalo e a demissão CEO Winterkorn, limitando-se a enviar à DINHEIRO o comunicado oficial divulgado pela matriz.

A possível indiferença dos consumidores e dos órgãos reguladores na China e na Alemanha diante da fraude ambiental, no entanto, pode não se repetir nos EUA, o segundo maior mercado automotivo do mundo. Especialmente em Estados como a Califórnia, conhecido pela cultura ecológica desenvolvida. “O lado bom do escândalo foi mostrar que a maquiagem verde não tem futuro”, diz o consultor Marcus Nakagawa, professor de pós-graduação da Escola superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP).

Para ele, mais que medidas administrativas usuais, como a mudança de presidente, ou o pedido público de desculpas, só restaria à Volkswagen se reinventar. Isso porque quem está no olho do furacão é uma montadora que cunhou slogans marcantes como “Você conhece, você confia”, e que se mostrava ao mundo como sinônimo da qualidade da engenharia alemã. “Desta vez, não será possível seguir em frente no estilo ‘business as usual’”, afirma Nakagawa. “Os acionistas e os dirigentes da montadora terão de rever os processos e as práticas produtivas.”

DE PEÃO A CEO

A indicação de Matthias Müller, 62 anos, como o novo piloto global da Volkswagen, foi bem recebida pelo mercado. Afinal, acredita-se que o mandachuva da Porsche reúna as condições para resgatar a empresa do imbróglio no qual se meteu. Credenciais não lhe faltam, como o bem sucedido lançamento do crossover Macan, um superesportivo capaz de apresentar bom desempenho em todo tipo de terreno. Ao lado do Cayenne, o modelo forma a “dupla de ferro” que ajudou a Porsche a atingir faturamento e volume recorde de vendas, em 2014.

Graduado em engenharia da computação, Müller fez carreira no grupo Volkswagen, onde ingressou como aprendiz de robótica na linha de montagem da Audi, em 1977. Passou pela Lamborghini e pela Volkswagen até ser transferido para a Porsche. Além da visão global das principais marcas do grupo, ele é capaz de criar estratégias certeiras. Foi assim com o Macan, um “carro família” com cara de SUV. “Não é possível ser competitivo globalmente sem volume de produção”, afirmou Müller na cerimônia de apresentação do modelo. Apesar de os puristas terem torcido o nariz, teve fila de espera para adquirir o veículo.