

NOME: ERICK TADEU TEIXEIRA COSTA MAIA

TÍTULO: A POLÍTICA DE GAMA COMO ESTRATÉGIA NA CONSOLIDAÇÃO DE MARCAS AUTOMOTIVAS

AUTORES: ROBER DIAS BOTELHO, ERICK TADEU TEIXEIRA COSTA MAIA, ERICK TADEU TEIXEIRA COSTA MAIA

AGÊNCIA FINANCIADORA (se houver): NÃO POSSUI

PALAVRA CHAVE: indústria automotiva; política de gama; linguagem e identidade;

RESUMO

Desde o seu surgimento, a indústria automotiva se porta como motor mundial, ora como importante pólo empregador; ora pelos exponenciais níveis de eficiência em produção e, conseqüentemente, pelas extraordinárias divisas geradas. Devido à importância estratégica, ela tornou-se "case" inevitável no plano gerencial da produção em massa. Neste contexto, cabe citar os principais modelos fabris conhecidos como Fordismo, Toyotismo e Volvismo. Por outro lado, alguns especialistas atribuem a Alfred Pritchard Sloan Jr. (1875-1966) a verdadeira reviravolta dentro do, até então, pensamento linear "e para dentro" da produção industrial. Como contraponto deste pensar onde "pode-se escolher qualquer cor desde que seja preta", o "Sloanismo", como é conhecido, propunha a diversificação baseada nos interesses dos consumidores – "para todos os bolsos e proposições" (ou seja, "para fora"). Para Sloan, não eram relevantes somente a produção em massa e suas variáveis, mas, a capacidade de se diferenciar através de gamas de produtos e, assim, suprir demandas advindas de todas as classes sociais da, então, emergente sociedade americana. Esta filosofia constituía um retrato fiel do que viria a se tornar o "American Dream". Dentro dessa temática – entender o mercado para satisfazê-lo – adotou-se uma metodologia exploratória com o objetivo de compreender a influência que demandas/movimentos esporádicos do mercado automobilístico promoveram sobre as estratégias corporativas. Como resultados, pode-se inferir, até o momento, dois eixos: I – que as articulações externas à indústria como um todo tornaram-se verdadeiras referências mercadológicas que, paradoxalmente, partiram dos consumidores e se estabeleceram como máxima para o mercado mundial; II – que os "muscle cars", o "tunning", os "low riders", (no caso americano), o "hellaflush", os "hoodrides", os "hot rods", o "baja style", entre outras articulações, se tornaram fórmulas estratégico-comerciais da indústria automotiva.