


 JACK EWING
 THE NEW YORK TIMES

Enquanto as carrocerias dos carros da BMW deslizavam por uma linha de montagem em Munique, recentemente, banhadas por faixas de soldadores robóticos, era difícil dizer quais veículos seriam movidos por baterias, motores a combustão ou ambos. Na opinião de muitos analistas, isso não é bom.

Os veículos elétricos da montadora alemã são fabricados na mesma linha de montagem dos carros a gasolina e têm aparência externa semelhante. Essa abordagem, que usa a mesma carroceria básica para carros elétricos, híbridos, a gasolina e a diesel, tem sido vista como um compromisso incômodo e ineficiente que algumas montadoras estabeleceram para competir com a Tesla e com as montadoras chinesas emergentes que produzem carros projetados exclusivamente para a energia da bateria.

Mas, para confundir os especialistas, a estratégia da BMW valeu a pena. A empresa vendeu 376 mil veículos elétricos no ano passado, incluindo alguns de sua marca Mini, um aumento de 75% em relação ao ano anterior. No segmento de luxo, a BMW ficou atrás apenas da Tesla, que permaneceu dominante com 1,8 milhão de carros. Os veículos elétricos foram responsáveis por 15% das vendas da BMW em 2023, em comparação com 9% no ano anterior.

O crescimento da empresa ocorre em um momento em que as vendas de veículos elétricos aumentaram em um ritmo mais lento em todo o mundo. O que é ainda mais surpreendente é que a BMW, ao contrário da GM ou da Ford, obteve lucro com os veículos elétricos que vendeu.

A experiência da BMW sugere haver esperança para pelo menos algumas montadoras estabelecidas, já que as chinesas, como a BYD, começam a exportar carros para outros países asiáticos, Europa e América Latina. À medida que os veículos elétricos ganham as ruas, a popularidade dos carros da BMW sugere que muitos compradores valorizam a familiaridade e o acabamento das montadoras de longa data e continuam desconfiados das marcas mais novas.

Se for esse o caso, a abordagem da BMW pode indicar um caminho para outras montadoras que fabricam automóveis há décadas, mas que fizeram pouco progresso na transição para veículos movidos a bateria.

A estratégia da BMW proporcionou à empresa tempo para desenvolver conhecimento especializado em tecnologia de baterias e projetar uma linha de carros especificamente para se-

— *Produzir carros elétricos na mesma carroceria dos demais modelos surtiu efeito nas vendas*

Estratégia duvidosa da BMW está dando certo



Resultados
A empresa alemã vendeu 376 mil veículos elétricos no ano passado, incluindo a sua marca Mini, 75% a mais do que em 2022

rem elétricos. Isso ajudou a empresa de Munique a lidar com as flutuações da demanda, pois pode aumentar ou diminuir a produção de diferentes tipos de carros com mais facilidade.

A abordagem também auxiliou a BMW a manter os clientes interessados na propulsão elétrica, mas que não estão prontos para uma ruptura radical com o passado. A empresa

oferece versões híbridas de vários de seus modelos mais populares, dizendo que os compradores devem poder escolher a tecnologia de propulsão de um carro tão facilmente quanto escolher sua cor.

“Perderíamos nossos clientes tradicionais se disséssemos a eles: ‘Você faz parte do velho mundo’”, disse Oliver Zipse, executivo-chefe da BMW, referindo-se às pessoas que ainda preferem carros com motor a combustão. “Elas desertariam imediatamente.”

NOVA LINHA. No próximo ano, a BMW começará a vender uma nova linha de carros projetados para funcionar apenas com baterias. No mês passado, em um local com vista para um trecho costeiro rochoso e cheio de ondas ao norte de Lisboa, em um evento da empresa, Zipse mostrou protótipos de um sedã e de um crossover que fazem parte do que a empresa chama de Neue Klasse, ou Nova Classe.

Esses carros oferecerão melhorias significativas em relação aos modelos existentes, incluindo baterias que armazenam 20% mais energia por quilo, e recursos não disponíveis na Tesla, como uma tela digi-

tal que percorre toda a borda inferior do para-brisa.

Atela, que pode ser personalizada, fornece aos motoristas informações sobre velocidade, alcance, clima e navegação sem que eles precisem tirar os olhos da estrada e elimina a necessidade de um painel de instrumentos na frente do volante. A maioria dos Teslas tem uma tela grande no centro do painel, exigindo que os motoristas olhem para os lados para ver mapas e outras informações. Essa tela também concentra di-

Dinheiro em caixa
O que surpreende é que, ao contrário da GM ou da Ford, a BMW obteve lucro com os veículos elétricos que vendeu

versos controles do carro.

Além disso, os novos BMWs estarão disponíveis com tecnologia de direção autônoma, que permite que os motoristas tirem as mãos do volante em rodovias e mudem de faixa apenas olhando para o espelho lateral. Esse recurso desafia diretamente a alardeada tecnologia de direção autônoma da Tesla.



DESBRAVADORA. Desde que a Tesla provou, na última década, que os veículos elétricos eram práticos e divertidos, ficou em aberto a questão de quais empresas automobilísticas dominariam o setor. A Tesla, com raízes no Vale do Silício, foi líder em software e tecnologia de baterias, mas teve dificuldades com a fabricação e o lançamento de novos modelos. As empresas de automóveis estabelecidas tinham décadas de experiência em fabricação, mas enfrentaram uma curva de aprendizado acentuada com baterias e software.

É provável que a BMW sobreviva a essa difícil transição para os veículos elétricos devido à sua experiência em engenharia, marca forte e margens de lucro que permitiram que a empresa investisse em novas tecnologias, disse Matthew Fine, gerente de portfólio da Third Avenue Management, uma empresa de investimentos que tem ações da BMW. “Achamos que isso daria a eles uma boa chance de lutar. E isso parece ter sido verdade até agora.”

RANKING. A montadora de carros de luxo iniciou a mudança para veículos elétricos com algumas vantagens. Recente- ②