



Clóvis Cranchi Sobrinho

Promoções procuram atrair os arredios compradores

Revendas procuram clientes

ROBERTO BARALDI

"Chegou a hora de sair em busca de clientes, porque o mercado está perigosamente congelado e o clima é de recessão." A constatação é do lojista Antonio Donná, proprietário da Tamoio Veículos, de Santo André, que opera exclusivamente com automóveis usados. "Nem no período agudo da recessão econômica nossas vendas estiveram tão paradas", relatou Donná. De março a novembro do ano passado, sua empresa registrou a média mensal de 20 vendas. Em dezembro, vendeu apenas um automóvel e, em janeiro, ainda nenhum.

"Mesmo aqueles que necessitam de um carro não fecham negócio pois as taxas de juros praticadas pelas financeiras estão simplesmente espantosas", acrescentou o comerciante. "A alta dos juros foi a gota d'água. O mercado de usados foi seriamente abalado pela elevação dos preços dos combustíveis e, entre os assalariados, observa-se uma grande preocupação quanto ao comportamento futuro dos salários", ponderou Donná.



Clóvis Cranchi Sobrinho

Donná: um carro em dezembro

No segmento de carros novos, o panorama é diferente, mas já não está mais presente o antigo vigor comprador do mercado. As filas de espera, que no final do ano passado eram formadas por cerca de 600 mil consumidores, encolheram entre 10 e 15%. Este não é, porém, o principal indicador do impacto do Plano Cruzado II.

"A maioria dos clientes não pensa em desistir do veículo, mas pede ou para ir para o fim da fila ou prazo para pagar quando o veículo já está à disposição", observou Octavio Vallejo, presidente da Associação Brasileira dos Distribuidores de Veículos Ford (Abradif).

Na rede de distribuição da Volkswagen, o fenômeno também vem ocorrendo. "Temos vivido situações em que o cliente, argumentando que a cor ou determinado equipamento do automóvel não é do seu agrado, protela a compra. Outro fenômeno que temos observado, é que a venda do carro usado, através da qual o cliente obterá o dinheiro para comprar o novo, está consumindo tempo e esforço maiores, além do fato de os preços dos usados estarem em fase de ajustamento", informou Sérgio Antonio Reza, presidente da Associação Brasileira dos Distribuidores de Veículos Volkswagen (Assobrav).

O presidente da Associação Brasileira dos Distribuidores de Veículos (Abrave), que representa 4.005 empresas, José Carlos Gomes Carvalho, também sustenta que a distribuição de veículos não está em uma rota recessiva. "O setor está desorganizado, devido à falta de veículos. O volume produzido pela montadora nas duas primeiras semanas do ano foi muito pequeno, devido a problemas de componentes, ao mesmo tempo em que as filas continuam grandes", afirmou Carvalho.

Para ele, os primeiros indicadores do ano apontam para a mudança do perfil das vendas, que, em 1986, foram essencialmente à vista.

"Os consórcios e frotistas ganharão uma importância maior no conjunto das vendas. Os negócios à vista devem reduzir-se de 75% do total das vendas para 45%, prevê Carvalho.

O presidente da Assobrav, Sérgio Antonio Reza, concorda que o início do ano está muito atípico, para que se possa ter uma visão clara do comportamento do mercado nos próximos 12 meses. "Nossa rede recebeu, em dezembro, apenas 12 mil veículos e, em janeiro, deverá receber entre 15 e 16 mil unidades, o equivalente à metade das previsões mensais de entregas" disse Reza.

Ele sustenta, porém, sua avaliação de que o Plano Cruzado II terá efeito recessivo sobre o setor. "No entanto, somente poderemos avaliar seu impacto em março ou abril", avalia Reza.

Não há, no momento, consenso entre os líderes do setor sobre o ritmo do mercado nos próximos meses, mas já estão sendo adotadas estratégias de ativação das vendas. A Cibramar, distribuidora Volkswagen, espalhou faixas pelos pontos estratégicos de Santo André acenando com vantagens na aquisição de um carro zero-quilômetro à base de troca. O objetivo da campanha é levar o consumidor a fechar um negócio que ative simultaneamente os segmentos de novos e usados. (ABC-Ag. Estado).