

06/07/2012 | MOTOS

Vendas despencam e setor já demite

Queda foi de 42,61% em relação ao mesmo período de 2011

Notícia publicada na edição de 06/07/2012 do Jornal Cruzeiro do Sul, na página 1 do caderno B - o conteúdo da edição impressa na internet é atualizado diariamente após as 12h.

Amilton Lourenço

amilton.lourenco@jcruczeiro.com.br

Ao contrário da indústria de automóveis e caminhões, o segmento de motocicletas, que não conta com a redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), sofreu forte redução no volume de vendas. Culpa, principalmente, da restrição de crédito por parte dos bancos para a compra dos veículos de duas rodas, afirmam os representantes de concessionárias de Sorocaba. O baixo volume de negócios já reflete no mercado de trabalho - a Walk Motor, por exemplo, uma das maiores revendas de Sorocaba desse segmento, já promoveu o corte de 18 funcionários.

Já a Associação Nacional de Fabricantes e Atacadistas de Motopeças (Anfamoto) prevê um aumento do número de demissões. Para a Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares (Abraciclo) os números estão bem abaixo do resultado de 2011.



O principal problema é a restrição ao crédito - Por: Pedro Negrão

Mais fotos...

De acordo com dados da Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave) referentes ao mês de junho os emplacamentos de motos em Sorocaba recuaram 42,61% em relação ao mesmo mês do ano passado. Enquanto que no mês anterior foram emplacadas 330 motocicletas no município, em junho de 2011 o número foi de 575 motos. Comparado com o volume de vendas de maio, junho também apresentou resultado negativo de 28,10%. No quinto mês de 2012 foram vendidas 459 motos contra 330 no mês seguinte. No acumulado do ano, foram vendidas 2.790 unidades contra 3.171 nos primeiros seis meses de 2011, o que representa uma redução de 12,02%.

Crédito restrito

Proprietário da Walk Comércio de Motos, José Francisco Aversa afirma que a restrição de crédito atinge o segmento de motos com mais força que a indústria de automóveis e comerciais leves, já que o público-alvo é formado por consumidores das classes C, D e E. "Mais de 90% das vendas de motocicletas ocorrem por meio de pagamentos parcelados de financiamentos ou consórcios. Como o crédito está restrito, ou seja, os bancos estão muito mais exigentes, esses clientes estão excluídos do mercado", explica.

Uma diferença do consumidor de automóveis para o de motocicletas é que o primeiro, na maioria dos casos, tem emprego com carteira assinada e casa própria, o que facilita a obtenção de financiamento para a compra do veículo. "O entregador e o motoboy geralmente não têm carteira assinada, telefone fixo e residência própria", afirma Aversa. "Muitos até não possuem restrições de crédito e estão com nome limpo. O problema é que a maioria já está endividada desde 2009. Quando o banco faz a pesquisa e verifica que no nome da pessoa existe outros tipos de compromissos, o empréstimo é negado", explica o proprietário da concessionária.

O dirigente da empresa declara que por conta da forte redução nas vendas, precisou promover cortes de funcionários.