

Consórcios: uma boa alternativa?

Para algumas montadoras, sim, mas outras são menos otimistas

DA AUTO PRESS

A forte queda é sentida de maneiras diferentes entre as marcas. Algumas conseguem encontrar motivos para comemorar. “Nossa retração gira em torno de 4%, valor que é suportável diante da realidade do mercado”, valoriza Dennis Renner, gerente de Marketing da Traxx. Nesse cenário de crise, uma modalidade de negócio segue conquistando bons resultados para algumas fabricantes: os consórcios. Cerca de 40% dos emplacamentos reali-

zados no primeiro semestre de 2015 foram feitos através deles. Na Honda, que domina 81% do mercado de motos do Brasil, essa modalidade representa 35% das vendas concretizadas. “Em março deste ano, atingimos o marco de 5 milhões de motocicletas entregues pelo Consórcio Nacional Honda”, frisa Paulo Takeuchi, diretor executivo de relações institucionais e comunicação da marca.

O modelo mais vendido no Brasil segue sendo a Honda

CG 150, com 174.871 unidades no acumulado do primeiro semestre. Em seguida, aparecem outras duas motos da marca japonesa: a Biz e a NXR150, com 99.448 e 98.216 exemplares comercializados. Na Yamaha, o destaque fica com a YBR125, com 19.098 emplacamentos. O modelo mais vendido da Daфра foi a Zig 50, com 2.001 unidades, enquanto a Traxx ostenta as 2.467 vendas da sua JL50. Já a Harley-Davidson com mais saída foi a XL 1200, com 531 exemplares. A



Na Harley-Davidson, ideia é seguir patamar do primeiro semestre

perspectiva para os próximos seis meses de 2015 é de seguir no mesmo patamar que o primeiro semestre. Mas isso não afasta o interesse das marcas em continuar investindo no

Brasil. “Até o final do ano, devemos inaugurar duas novas concessionárias no país”, avisa Flávio Villaça, da Harley-Davidson.

POR MARCIO MAIO

DIVULGAÇÃO