

Indústria apostava em promoções para aquecer vendas de carros

Após queda de 20,7% das vendas no mercado interno no primeiro semestre, setor automotivo quer seduzir os clientes para alavancar vendas. Ações de estímulo aos consorciados contemplados são exemplos para reduzir números negativos até o fim do ano

Valéria Rodrigues

COMPARTILHAR

COMPARTILHAR



Indústria automotiva apostava em promoções para estimular vendas no segundo semestre

Joel Rodrigues/ObritoNews/Fato Online

[ECONOMIA](#) Publicado quinta, 30 de julho (13:01)

Empresas do setor automotivo esperam uma melhora nas vendas até o fim do ano. Depois de um primeiro semestre de queda de 20,7% na comercialização de veículos, o setor mira promoções para atrair os consumidores domésticos, que ainda se mostram receosos em ir às compras. E o olhar está mais voltado àqueles compradores com crédito, que apostaram

em consórcios e foram contemplados.

“Estamos com a perspectiva para esse segundo semestre de uma estabilidade em relação ao primeiro, com alguma tendência de melhoria”, disse Luiz Moan, presidente da Anfavea (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores), ao **Fato Online**. “Estamos fazendo várias ações, como o festival do consorciado contemplado”, disse ao ser questionado sobre o porquê de tal otimismo.

Lançada em maio, o festival foi apontado como uma ação fundamental para evitar uma queda maior ainda nas vendas deste ano. Isso porque, enquanto as vendas totais caíram 19,8% entre maio e junho, frente a igual período de 2014, as aquisições de carros feitas apenas com a carta de crédito obtida em consórcios avançaram 4,4% no período, de acordo com dados da Abac (Associação Brasileira das Administradoras de Consórcios).

LEIA MAIS:

[Indústria automotiva torce por acordos bilaterais para elevar exportações](#)

Além disso, os dados também mostram que, de janeiro a maio, o volume de crédito comercializado cresceu

em ritmo menor do que o de contemplações (consorciado que adquire carta de crédito para comprar o bem). Enquanto o número de contemplados avançou em 7,6%, frente a igual período de 2014, o volume de crédito cresceu 3,2%, para R\$ 24,9 bilhões, contra R\$ 24,1 bilhões no ano passado.

A promoção criada numa parceria entre a Anfavea, a Abac e a Fenabrade (Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores) foi pensada justamente para atrair esse consumidor que, em vez de comprar logo o carro quando tem o acesso à carta, opta por deixar o dinheiro investido no grupo. Dessa forma, ele garante correção monetária, uma vez que o valor é atualizado diariamente, alinhado ao valor do bem.

A previsão é que a promoção termine nesta sexta-feira (31); no entanto, não está descartada a sua prorrogação. “Depende basicamente da Anfavea e da Fenabrade. Se chegarem à conclusão de que as vantagens podem ser prorrogadas, nós estaremos prontos a dar a contribuição”, afirmou Paulo Roberto Rossi, presidente da Abac. Outra possibilidade é reeditar o programa nos próximos meses, afirmou o executivo.