

05/02/2016

Concessionárias confirmam queda, mas esperam recuperação

A reportagem da FOLHA conversou com algumas concessionárias de Londrina para saber como foi a movimentação de vendas de janeiro e fazer uma avaliação comparado ao mesmo período do ano passado e também a dezembro. Boa parte delas confirmou uma queda drástica em relação a 2015, sendo que as opiniões dos gerentes e diretores comerciais são divergentes no que diz respeito ao que esperar dos próximos meses.

O gerente comercial da Marajó, Claudio Roberto Felismino, relatou que as concessionárias da marca Fiat conseguiram crescer 26% em relação a dezembro, mas diz que não é possível comparar com janeiro de 2015, quando o cenário para o setor era bem mais favorável.

Ocorreu uma reviravolta negativa a partir de fevereiro. "O mercado estava reprimido devido a esse cenário político e econômico e começou a se soltar mais em janeiro, com os clientes assumindo novos financiamentos. Outro ponto é que investimos muito em publicidade e melhores condições, como entrada mais baixa e parcelas acessíveis, para conseguir crescer. Agora, em 2014 e primeiro mês de 2015, o cenário ainda era de muita facilidade de crédito. Para este ano, vamos apostar em quem de fato tem poder de compra. É um momento que estamos pegando muitas cartas de crédito de consórcios, já que os juros deste sistema estão mais atrativos".

Já o gerente da Ford Tropical, Fábio Sitta, admitiu que houve queda de 5% em comparativo a dezembro. Ele ressalva, entretanto, que após uma primeira quinzena de janeiro muito ruim, as vendas agora estão com mais fôlego. "Estamos nos recuperando, mas acredito que as vendas serão bem similares ao ano passado. O crédito é mais restrito e a mídia batendo nesta tecla da crise econômica atrapalha um pouco. Nossos automóveis de maior valor estão vendendo normalmente, a queda acentuada foi nos produtos de entrada".

Na Vernier Citroën, o diretor comercial, Carlos Picchi, disse que as vendas se mantiveram estáveis em comparação a janeiro do ano passado porque dois lançamentos da marca acabaram puxando a retração de 8% dos outros veículos. "O cliente buscou novidades e isso nos ajudou. Considero que começamos o ano bem e uma prova disso é que até estamos contratando vendedores. Estamos cientes de que o mercado não está fácil, mas cremos que teremos um 2016 bom devido aos lançamentos da marca".

Por fim, o gerente da marketing da Toyopar (Toyota), João Henrique Leite Viana, comentou que houve uma queda nas vendas em relação a dezembro de 14% e 24% quando comparada com janeiro de 2015. "Estávamos com uma expectativa melhor, mas acabou não se concretizando. Esperamos um ano tão difícil como 2015 e uma estratégia para atenuar esta situação é a redução de custos", complementou. (V.L)