

# Compra do primeiro carro zero é maior na periferia

Vendas cresceram em todas as lojas, mas é nos bairros periféricos que se veem mais compradores de modelos básicos 0km

20 de março de 2011 | 0h 00

Cleide Silva - O Estado de S.Paulo

É nas regiões emergentes que muitos consumidores estão tendo acesso ao primeiro automóvel. Aos 34 anos, a assistente contábil Sandra Santa Piedade, que mora na periferia de Salvador, comprou seu primeiro automóvel na semana passada e partiu logo para um zero quilômetro, um Celta básico.

"Consegui juntar um dinheirinho, dei um lance alto no consórcio e peguei o carro", diz ela, que continuará pagando pouco mais de 30 parcelas do plano.

Com renda mensal de cerca de R\$ 1,7 mil, Sandra conta que só usará o carro nos finais de semana, pois vai de ônibus ao trabalho. "O transporte de massa é caótico; o carro melhora a mobilidade."

A conterrânea Michelle Leite Veloso também optou por um Celta básico, adquirido há um mês em 48 prestações. Professora, é outra motorista estreada. "Nunca tive carro, esse é o primeiro."

Michelle, de 25 anos, é analista de sistemas, com renda mensal de aproximadamente R\$ 2 mil, e usa o automóvel para ir ao trabalho. "Eu perdia muito tempo quando dependia do ônibus". Admite, porém, que os engarrafamentos na capital baiana já incomodam. O marido também comprou um carro novo há um ano - um Gol, em 36 prestações.

Entrada mínima. O grupo Frutodias, com três revendas Chevrolet em Salvador, vende em média 200 a 300 automóveis por mês. A loja de maior movimento é a instalada na Cidade Baixa, mais próxima aos bairros periféricos.

"Um dos planos mais procurados é o de financiamento em 60 parcelas, com entrada mínima possível", informa o proprietário Frutos Gonçalves Dias Neto. Nessa unidade, os modelos mais vendidos são Celta e Corsa. Já na revenda instalada na Marina, os mais procurados são Camaro, Captiva e Vectra.

Com 13 concessionárias das marcas GM, Volkswagen e Toyota no Pará, Ceará, Bahia e Minas Gerais, o grupo GNC dobrou suas vendas de 2007 para cá, acompanhando a ascensão da chamada Classe C.

Há um mix de clientes que trocam o carro usado por um novo, de consumidores comprando o primeiro carro e, na faixa mais alta, trocando carros mais baratos por mais caros e equipados, afirma o diretor do grupo, Gercino Coelho. Cada loja vende em média 400 veículos por mês, ante 200 há quatro anos.