

Land Rover vira líder em carros de luxo no País

Cleide Silva

Com 3.245 carros vendidos, empresa desbancou BMW, Mercedes e Audi

Prestes a ir para as mãos de uma empresa com sede na emergente Índia, a marca inglesa Land Rover tornou-se líder do mercado de carros de luxo em outro país emergente - o Brasil. Com vendas de 3.245 veículos em 2007, a empresa especializada em utilitários esportivos, os jipões que fazem sucesso no País, desbancou BMW, Mercedes-Benz e Audi, tradicionais representantes do segmento premium no mundo.

O Brasil passou a ser o único país onde a Land Rover lidera o mercado de luxo, informa Bob Grace, diretor para a divisão que inclui a América Latina, Caribe, Austrália, Nova Zelândia, Japão, África do Sul e Oriente Médio. Diante do status ganho pelo País, Grace desembarcou em São Paulo na segunda-feira para reuniões com executivos e lojistas locais, apenas seis semanas após assumir a divisão criada em fevereiro especialmente para cuidar dos negócios do grupo em mercados considerados importantes.

"O Brasil é mercado-chave para o grupo e, individualmente, está entre os dez maiores da marca", afirma Grace. As vendas da marca no País cresceram 57% no ano passado, em relação a 2006. A BMW vendeu 2.707 carros, a Mercedes-Benz, 2.636, e a Audi, 1.595. Em todo o mundo, a Land Rover vendeu 226 mil veículos em 2007.

Na avaliação de Grace, "os veículos Land Rover são multiuso - servem para ir ao trabalho, mas também são uma espécie de limusine". No primeiro bimestre do ano, os negócios cresceram 200% em relação a igual período de 2007, com 750 utilitários vendidos a preços que variam de R\$ 132 mil a R\$ 395 mil.

Segundo Luiz Tambor, diretor de marketing e vendas da Land Rover Brasil, o crescimento é explicado, em parte, pelo interesse do consumidor brasileiro em utilitários esportivos (SUVs), que começaram a ganhar mais espaço nas ruas do País. De acordo com a Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabreve), em 2007 foram vendidos 108.445 utilitários, 40,6% a mais que em 2006.

Tambor constata que a marca foi favorecida por essa nova onda de consumo, por ser especializada em utilitários de luxo. "Houve migração forte de consumidores de sedãs de luxo para os SUVs de luxo", afirma.

A venda da Land Rover e da Jaguar, marcas de luxo da Ford, para a indiana Tata deve ser concretizada até o fim do mês. "Mas o consumidor não notará mudança. Os concessionários serão os mesmos, a marca continuará crescendo e produtos ganharão novas tecnologias", afirma Grace. "Será uma transição sem sobressaltos."

Segundo Grace, Ratan Tata, dono do conglomerado indiano, viu o plano da Land Rover para os próximos cinco anos e disse que vai adotá-lo, sem grandes alterações.

Grace descartou qualquer projeto de a Land Rover voltar a montar veículos no Brasil. Uma linha de montagem do jipe Defender, que funcionou durante sete anos em São Bernardo do Campo (SP), foi desativada no fim de 2005. Segundo o executivo, pesquisas demonstram que o cliente Land Rover "gosta que seu veículo seja fabricado no país de origem". Não há fábricas da empresa fora da Inglaterra - apenas duas linhas de montagem do Defender na Turquia e na Malásia.

NÚMERO

750 utilitários esportivos

foram vendidos pela Land Rover no Brasil no primeiro bimestre, um crescimento de 200% sobre o mesmo período de 2007

Fonte: O Estado de S. Paulo, São Paulo, 20 mar. 2008, Economia, p. B18.

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.