

Aumento de renda impulsiona comércio de picapes e utilitários

Segmento representou 16,7% do mercado nacional de veículos em 2010, com crescimento de 28,2% ante 2009

Evandro Monteiro



Em 11ª no ranking de venda de picapes, Jeep é uma das que se beneficiam da ampliação do mercado

Michele Loureiro
mloureiro@brasileconomico.com.br

Os brasileiros assumiram de vez o estilo americano na hora de comprar carros. O aumento de renda da população molda um novo consumidor, mais exigente e disposto a investir pesado nos automóveis. Por isso, enquanto o mercado americano, tradicional consumidor de veículos grandes e beberrões de combustível, volta-se para os modelos menores, empurrado pela crise financeira e questões ambientais, o Brasil segue movimento contrário.

Prova disso é que no ano passado, as vendas de carros grandes – picapes e utilitários esportivos – representaram 16,7% do mercado nacional de veículos, com 567,8 mil carros comercializados, enquanto o mercado em geral vendeu 3,4 milhões de unidades, segundo dados da Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave). “Enquanto a ‘nova’ classe média compra seu primeiro carro, há uma melhoria no padrão dos

automóveis adquiridos por quem já tinha seu veículo”, diz o consultor do mercado automobilístico Roberto Campos.

O fenômeno da procura por carros mais equipados se acentuou no ano passado. Em 2009 foram comercializadas 442,8 mil picapes e utilitários (SUV’s), número 28,2% menor do que o verificado em 2010. O melhor desempenho dos veículos comerciais leves em 2010 deveu-se também a um impulso do governo federal que manteve a redução (de 8% para 4%) do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) até o fim do ano.

A perspectiva é de mais crescimento do segmento para 2011. Uma pesquisa da auditoria KPMG avaliou o setor automotivo e constatou uma tendência de mudança no atual perfil de consumo.

Hoje 80% dos veículos em circulação no país são de pequeno porte, percentual que deve ser reduzido nos próximos anos já que, com melhor poder aquisitivo, moradores das grandes capitais investem cada vez mais em imóveis no interior e optam por esses veículos potentes para viajar.

Montadoras começam a se preparar para aumentar fabricação de alguns modelos; na Volkswagen isso pode envolver ampliação da capacidade produtiva no ABC

Atentas a esse movimento, montadoras investem em novos modelos de picapes e utilitários e avaliam readaptações dos protótipos já existentes. A intenção é antecipar uma possível falta de produtos no mercado, fenômeno que já acontece com alguns modelos. Na Volkswagen, a espera por uma Saveiro versão cross pode chegar a até 60 dias. O problema incentiva que a montadora alemã avalie uma eventual ampliação da capacidade produtiva na linha de São Bernardo do Campo (SP).

Quem comemora o avanço das vendas de carros com maior valor é a americana Land Rover.

Em 2010, a marca bateu recorde de vendas no país, com 5.280 veículos comercializados, número 63,1% maior em relação a 2009 e 19,1% maior ante o recorde histórico anterior, registrado em 2008. O Freelander 2, com 49,6% do total de vendas da marca em 2010, foi um dos responsáveis pelo bom desempenho no período, com crescimento de 70,6% em relação a 2009.

O diretor global da marca, John Edwards, afirmou que este ano também deve contabilizar vendas maiores e classificou a “maior predisposição dos brasileiros em gastar mais com veículos mais potentes”, como positiva. ■

PARTICIPAÇÃO

16,7%

é o que representou, em 2010, o comércio de veículos grandes – picapes e utilitários – no mercado automotivo brasileiro. O segmento tem previsão de mais crescimento para este ano, segundo pesquisa da KPMG.

VENDA

567,8 mil

foi a quantidade de picapes e utilitários esportivos comercializada em 2010, segundo a Fenabrave, dentro de um total de 3,4 milhões de veículos comercializados no Brasil ao longo do ano passado.

ASCENSÃO

28,2%

foi o crescimento na venda de picapes e utilitários de 2009 para 2010, enquanto, na média geral do comércio de veículos, essa alta não ultrapassou 12% na mesma comparação de um ano para o outro.