

Pesquisa confirma baixo nível de confiança dos concessionários.

11/09/2015 - Por Francisco Trivellato

Apresento a pesquisa “Sondagem Negócio da Distribuição de Veículos - Autos & Comerciais Leves da Trivellato Informações & Estratégias”, que tem por objetivo quantificar e qualificar a percepção atual e a expectativa em relação à evolução do negócio e do mercado, segundo a avaliação dos empresários e executivos do segmento.

A pesquisa nos permitirá acompanhar, ao longo do tempo, as razões que levam à satisfação ou frustração quanto às perspectivas para o desenvolvimento das empresas.

Espero que as informações sobre a realidade e os desafios enfrentados pelos empreendedores do segmento sejam utilizadas pelos interessados direta ou indiretamente neste importante setor da economia.

A primeira pesquisa foi realizada pela internet, na 2ª quinzena de julho de 2015, junto às empresas constantes em nosso banco de dados e indicações aleatórias, cuja qualidade da amostra permitiu, inclusive, validar a representatividade regional na formação dos resultados.

Destaco, a seguir, as principais mensagens da 1ª pesquisa, cujos dados estão no **Infográfico abaixo:**

A) Insatisfação com desempenho de Veículos Novos e força do modelo de negócio:

A pesquisa mostra que 84% avaliam como RUIM o desempenho atual de Faturamento e Rentabilidade de Veículos Novos (que, na prática, é a principal área de negócio).

Interessante observar que os 16% que consideram como BOM o desempenho atual de Faturamento e Rentabilidade de Veículos Novos têm em comum o fato de representarem marcas que estão crescendo em participação de mercado, caso das asiáticas e de luxo;

Um total de 94% dos entrevistados aponta que houve redução no volume de emplacamentos de veículos no seu mercado em relação ao ano passado. Já quando perguntados sobre os próximos seis meses, 84% indicam tendência de permanecer igual ou ainda retraindo as vendas.

Ao detalhar o desempenho das demais áreas de negócio, comprova-se a tese de que a maioria (2/3) dos empresários consultados se preparou para enfrentar a crise prevista para Veículos Novos, explorando as demais áreas do negócio, pois:

- 69% analisam como BOM o desempenho de Faturamento e Rentabilidade de Seminovos;
- 65% avaliam como BOM o desempenho de Pós-Venda, Faturamento e Rentabilidade.

A surpresa está na expectativa quanto à tendência de desempenho para o 2º semestre! Enquanto a indicação sobre Veículos Novos sinaliza tendência de redução de faturamento

(em sintonia com a expectativa de queda do mercado), os empresários estimam melhora para Seminovos, Usados e Pós-Venda.

B) Frustração com a economia:

No momento em que os concessionários foram questionados sobre se acreditam no sucesso do plano econômico em execução, 86% responderam que não, o que explica a expectativa de piora no mercado de novos para o 2º semestre.

A falta de confiança nos rumos da economia, em sintonia com a expectativa da maioria dos demais agentes, será um desafio a mais a ser superado para as marcas que precisam de motivação na ponta do varejo.

C) Desafios para superar as dificuldades do 2º semestre:

Os empresários apontam três principais razões que os fariam mudar de percepção sobre o futuro do negócio: Condições de Crédito (60%), Competitividade do Preço do Produto (49%) e Lançamento de Novos Produtos (47%).

O ponto comum é que estes são fatores externos ao negócio e envolvem as tratativas entre as associações de marca, montadoras e governo.

Além disso, considerando a continuidade do aperto monetário (juros altos) e aumento da recessão (queda nas vendas e margens menores), os aspectos externos sinalizam o grau de dificuldade e tensão reservados para as negociações no setor.

O fato de 34% dos respondentes indicarem o Aumento da Produtividade das Equipes e 23% o Ajuste da Estrutura como motivos que os fariam mudar de percepção sobre o futuro do negócio mostra que, embora importantes, as ações sobre os fatores internos não serão suficientes para reverter a situação.

D) Fechamento de lojas continuará nos próximos 12 meses

A possibilidade de desinvestir nos próximos 12 meses (o que implica em fechamento ou venda de lojas), indicada por 25% dos entrevistados confirma, do ponto de vista qualitativo (não vale como estimativa de quantidade), a continuidade do processo de ajuste nas redes.

Apesar disso, os 17% que apontaram fazer o caminho inverso (ampliando os investimentos) coincidem em dois aspectos: são representantes de marcas que vivem uma fase positiva neste momento de crise e representam exatamente 17% do número total de concessionárias no Brasil.