



NILTON FUKUDA/ESTADÃO

Eisler queria um hatch 1,0 na faixa de R\$ 33 mil e optou pelo March 1.6 com visual antigo, mas mais bem equipado



Esse carro oferece o mesmo que o novo, por menos. Foi o preço de um 1.0. Quem compra um popular não procura design.”

FELIPE EISLER, empresário, dono de um March 1.6 2014

De quebra, manter a geração anterior amplia a participação do modelo no ranking de vendas. “O Gol era líder porque a VW somava os números do G4 e do G5”, afirma Augusto.

Consultor da ADK Automotiva, Paulo Garbossa diz que os “velhinhos” atraem compradores racionais, que buscam custo-benefício em vez de aparência. “Eles querem carros novos, que, em tese, não dão defeito.”

Há casos em que a diferença de preço entre o mesmo modelo renovado e antigo é substancial. O empresário Felipe Eisler queria um carro 1.0 com ar-condicionado e direção hidráulica, na faixa de R\$ 33 mil. Viu o Nissan March renovado mas, pelo mesmo preço, levou um 1.6 “antigo”. “Como o 1.0 novo tinha pouca coisa a mais, preferi investir em um motor mais forte”, conta.

O visual “cansado”, por si só, não costuma aumentar a depreciação de um veículo. Mas, quando seu fim de linha é iminente, a compra pode não valer a pena. “Nesse caso, a desvalorização torna-se bem mais acentuada”, alerta Augusto.

Carro novo, cara antiga

Modelos zero-km com visual ‘cansado’ conquistam **consumidor pelo bolso**

Thiago Lasco

thiago.lasco@estadao.com

Oferecer descontos em produtos de coleções antigas é a fórmula de sucesso dos “outlets”, centros de compras típicos dos EUA. A

receita é seguida por montadoras no Brasil que, ao reestilizar um modelo ou lançar seu sucessor, mantêm a versão de cara “velha” no mercado.

Enquanto muitos consumidores não se importam em pagar mais por um carro novo, o

“antigo” só emplaca se for barato. Mas isso não o torna menos rentável. “As vendas desses veículos já cobriram os investimentos no projeto. Como já se pagaram, o lucro é todo da montadora”, diz Luiz Carlos Augusto, da DDG Consultoria.

Além disso, as marcas costumam reposicionar os “velhinhos” em segmentos inferiores. Chevrolet Classic, Peugeot 207 e as versões de cara antiga dos Fiat Palio e Siena atendem uma fatia de clientes mais ampla que a de seus sucessores.



FIAT/DIVULGAÇÃO

Uno (E) de cara ‘velha’ permanece em linha. Após lançar o 208, Peugeot manteve o 207 como opção de entrada



PEUGEOT/DIVULGAÇÃO