

## Gestão financeira das concessionárias de veículos durante a pandemia do Covid-19

Pablo Henrique Souza<sup>1</sup>

Ângela Araújo Costa<sup>2</sup>

Carlos Henrique Passos Mairink<sup>3</sup>

### Como citar

SOUZA, P. H.; COSTA, A. A.; MAIRINK, C. H. P. Gestão financeira das concessionárias de veículos durante a pandemia do Covid-19. *LIBERTAS: Rev. Ciênci. Soc. Apl.*, Belo Horizonte, v. 11, n. 1, p. 485-502, jan./jul. 2021.

**Resumo:** O presente trabalho procura mostrar as principais dificuldades financeiras enfrentadas pelas concessionárias de veículos durante a pandemia e também o auxílio do Direito atuando neste período. Serão apresentadas as principais mudanças na forma de trabalhar e os impactos financeiros que afetaram não só as montadoras, mas também como a rotina dos funcionários e até mesmo o desemprego. Este trabalho foi realizado com base em pesquisas bibliográfica, reportagens, entrevistas, documentários e também com base em vivência direta ao assunto por ter presenciado internamente em uma concessionária durante a pandemia. A realização do trabalho apresentado teve como objetivo durante todo o período de estudo, mostrar a atuação do Direito na área econômica das empresas de automóveis, as dificuldades e diversas mudanças que a pandemia provocou, afetando diretamente as grandes empresas como também empregados que tem como fonte de renda o trabalho nas concessionárias.

**Palavras-chave:** dificuldades financeiras; impactos; concessionária; áreas econômicas.

### *Financial management of car dealerships during the covid-19 pandemic*

**Abstract** The present work seeks to show the main financial difficulties faced by car dealerships during the pandemic and also the help of the Law operating in this

<sup>1</sup> Acadêmico do 9º período do curso de Direito da Faculdade Famig - Email: pablo\_hosken@outlook.com

<sup>2</sup> Mestre em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local pelo Centro Universitário UNA -BH. Especialista em Língua Brasileira de Sinais -LIBRAS pela Universidade Cândido Mendes.

<sup>3</sup> Doutor pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Mestre pela Faculdade de Direito Milton Campos. Especialista pelo Centro Universitário Newton Paiva. Advogado e Professor da Faculdade Minas Gerais – Famig. passosmairink@gmail.com passosmairink@gmail.com

period. The main changes in the way of working and the financial impacts that affected not only the automakers, but also the routine of employees and even unemployment will be presented. This work was carried out based on bibliographic research, reports, interviews, documentaries and also based on the subject's direct experience for having witnessed internally at a concessionaire during the pandemic. The purpose of the work presented was to show, throughout the study period, the role of law in the economic area of automobile companies, the difficulties and various changes that the pandemic caused, directly affecting large companies as well as employees whose source of income is the work in the concessionaires.

**Keywords:** financial difficulties; impacts; concessionaire; economic areas.

## 1 INTRODUÇÃO

O presente artigo tem por finalidade o aprofundamento nas pesquisas sobre as dificuldades enfrentadas pelas concessionárias de veículos, os prejuízos causados, o auxílio do Direito ao longo do período e a recuperação do setor de automóveis durante a pandemia.

Portanto o tema abordado, mostra o setor automobilístico afetado e que quando interferido tem impacto diretamente na economia do país, pois, a lucratividade e a rotatividade de insumos que as concessionárias trazem agregam muito na economia, e quando o setor é afetado como ocorreu na pandemia os números caíram, assim, consequentemente a economia também sofre baixa.

Tal fato em que mostra a importância das concessionárias dentro do cenário econômico, mostrando a relevância de aprofundar nas pesquisas de como se comportaram empresas do setor perante as dificuldades trazidas pela pandemia.

E tratado os impactos que foram trazidos pelas concessionárias e também as montadoras durante a pandemia, que afetaram principalmente a parte econômica, mas também e apresentado às mudanças trabalhistas fato que liga diretamente o setor jurídico destas empresas, assim, tiveram de se adaptar com mudanças contratuais afetando os funcionários. Também é tratado como assunto relevante no artigo, maneiras que as concessionárias buscaram em tentativa de recuperação do setor, para crescer as finanças e melhorando a parte econômica.

O principal problema consiste no fato de que devido ao forte impacto causado pela crise da pandemia, as concessionárias em sua quase total porcentagem do país, viu

que a parte financeira foi o principal setor afetado, causando grandes prejuízos e consequentemente queda na economia, assim, com essa baixa causa grande desequilíbrio e afeta outros setores, fato que ocorre crescimento nos valores de produtos gerais do país e assim chegando até o consumidor que tem de pagar o preço por tais impactos.

Formas encontradas para a melhoria de tais dificuldades traga pela pandemia, foram encontradas para que as concessionarias aumentassem números de vendas e consequentemente o crescimento financeiro da empresa.

Uma das formas foi investir no marketing digital, assim pelas mídias sócias os funcionários viram uma grande possibilidade de captar clientes para adquirir veículos e também vender serviços em gerais e assim aumento na lucratividade e também com esse aumento ver a melhora no setor da economia.

Inicialmente o trabalho apresenta as complicações que as concessionarias tiveram com a crise, em seguida com tais mudanças das empresas como o Direito veio em auxilio para ajudar as concessionarias principalmente nos conformes das leis trabalhistas devidos essas mudanças de funcionamento.

Após pesquisa e realização do trabalho, e visível que o principal objetivo na escolha de tal tema que é buscar maior conhecimento e também expressar opinião com base em vivencia no tema foi realizando com eficácia, além de demonstrar a grande importância do setor de automóveis perante a recuperação do país.

## **2 AS DIFICULDADES FINANCEIRAS ENCONTRADAS PELAS CONCESSIONÁRIAS DURANTE A PANDEMIA**

Este capítulo irá apresentar sobre as dificuldades financeiras que durante a pandemia do Covid-19 as concessionárias e montadoras de veículos encontraram ao longo do período.

Iniciando pelas concessionárias que são responsáveis pelas vendas e manutenção de veículos, já no início da pandemia encontra uma grande dificuldade que são os fechamentos do setor de vendas presenciais por razão de tentar diminuir aglomeração e assim evitando a propagação do vírus, podendo apenas negociações

online fato que, diminui em grande porcentagem a procura dos clientes para adquirir veículos. Essa baixa se refere além da mudança de negociação presencial para a online que não são de costume pela população, como também o receio dos consumidores de adquirir um veículo em meio a uma crise que já existia e que foi agravada ainda mais pela pandemia, com essa baixa procura veio a afetar a parte financeira.

Outro setor das concessionárias que foi afetado e o de Assistência Técnica que é a área responsável pela manutenção dos veículos, e como o setor de vendas sofreu baixa procura dos proprietários dos veículos pela realização de manutenção, compras de peças entre outros serviços prestados que são necessários para manter a segurança e o bom funcionamento dos automóveis. Mesmo as concessionárias podendo manter este setor em funcionamento por se considerado serviço essencial, essa diminuição na demanda em grande parte por razão de se tratar de um vírus novo, assim, causando medo dos clientes não saber como é a preparação e os cuidados de higiene que foram tomados pela concessionárias para não haver a contaminação durante essa visita para levar o veículo para a manutenção então preferindo adiar.

A montadora ao analisar essa baixa procura, decidem flexibilizar aumentando o prazo das revisões programadas para também não prejudicar a parte de garantia dos veículos buscando até mesmo a boa relação com os clientes.

## **2.1 Dificuldades das montadoras de automóveis**

Além das concessionárias as montadoras que são responsáveis pela fabricação dos veículos também sofreram com os impactos trazidos pelo novo corona vírus.

Um grande problema que enfrentaram em certo período da pandemia foi a falta de mão-de-obra principalmente o aço que é um dos principais para a produção dos veículos, podendo assim interromper a produção de veículos.

A produção de veículos está prestes a ser interrompida no Brasil por falta de insumos. Segundo Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea (associação das montadoras), o risco é imediato.

“A situação está ficando mais preocupante, o risco de paralisação para dezembro é muito alto devido à falta de insumos, principalmente de aço”, disse o executivo durante a apresentação dos dados do setor em novembro. (SODRÉ, 2020, Online).

Outro ponto que também vem em auxílio para a diminuição da produção de veículos das montadoras, e justamente a falta de vendas das concessionárias como apresentado no início do capítulo.

Devido ao fechamento do setor de vendas presenciais e da baixa procura dos consumidores para comprar os veículos, acabam aumentando o estoque das concessionárias causando superlotação sem haver a necessidade de solicitar mais veículos para vender.

Essas faltas de pedidos acabam afetando diretamente as montadoras, tendo que diminuir a produção de novos veículos, pois não há demanda caso continuar a fabricação irá aumentar o estoque também das montadoras assim trazendo maior prejuízo por estar sendo desnecessário.

Ao diminuir a produção e também em certo período o fechamento das montadoras, houve grande impacto financeiro aos proprietários sendo necessários alguns cortes de gasto para que não levassem grandes prejuízos, então causando inúmeros funcionários desempregados devido a falta de produção de veículos e a necessidade de diminuir prejuízos para as montadoras que tiveram de parar a produção de automóveis.

Em análise aos fatos mostrados ao longo do capítulo, se perceber que não só as concessionárias, mas também as montadoras foram atingidas pela pandemia.

### **3 O DIREITO COMO AUXÍLIO PARA AS CONCESSIONÁRIAS DE VEÍCULOS**

O presente capítulo irá apresentar como a área do Direito vem no auxílio para as concessionárias de veículos durante a pandemia, para manter certas mudanças que ocorreram obrigatoriamente por razão do Covid – 19 certamente regulamentadas para não haver problemas jurídicos.

Essas mudanças tiveram de ser feitas de início para evitar desempregos, pois as concessionárias tiveram de reduzir custos graças ao prejuízo trago pela falta de vendas como explicado no capítulo 2 que apresenta as dificuldades encontradas. Então inicialmente para reduzir custos e também não ter de desempregar os funcionários, tendo que achar uma solução para essas duas questões teve que haver, por exemplo, a redução salarial de grande parte de funcionários justamente para não haver demissões em massa, e dentro dessa solução inicialmente encontrada que entra o Setor jurídico para realização de alterações contratuais para essa redução, porém não afetando os direitos trabalhistas dos funcionários que sofreram tal alteração salarial.

A lei Nº 14.020, criada em 6 de julho de 2020 (BRASIL, 2020) foi criada justamente por saber que a pandemia iria trazer alterações nas empresas na forma de trabalho, então veio para auxiliar nas alterações contratuais e também salarias dos empregados como descreve o Art. 1 da lei.

Art. 1º Esta Lei institui o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda e dispõe sobre medidas complementares para enfrentamento do estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020, e da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus, de que trata a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020. (BRASIL, 2020)

Após publicado a lei, teve uma grande facilitação para os setores jurídicos das concessionária de veículos para que tais alterações feitas nos contratos de trabalho não ficassem de forma irregular perante as leis trabalhistas do país.

### **3.1 Alterações na Jornada de trabalho durante a pandemia**

Outra grande alteração no contrato de trabalho dos funcionários das concessionárias que foi necessário por razão da pandemia do coronavírus, e relacionada a jornada de trabalho que se refere ao tempo trabalhado durante os dias da semana estimado no contrato.

A causa de ter diminuído esse período de tempo trabalhado, foi justamente porque as concessionárias tiveram de diminuir o horário de funcionamento, e também para evitar aglomeração e consequentemente a propagação do vírus ter que intercalar

funcionários em períodos de horários, como por exemplo, quantidade de funcionários na parte da manhã e a outra parte trabalharem à tarde, onde funcionários da manhã já se encaminhassem para suas casas para não haver quantidades grandes de funcionários circulando por toda a empresa fato que explica Marcelo Furtado em artigo sobre a lei nº 14.020/2020.

Segundo o texto original da MP nº 936/2020, as empresas podem realizar acordos de redução proporcional da jornada de trabalho junto aos colaboradores, com a duração de 90 dias. Em julho, ocorreu um decreto presidencial que a converteu em lei, a nº 14.020/2020. (FURTADO, 2020, Online/Blog Convenia)

Essa diminuição na carga horaria de trabalho também vem em auxílio aos funcionários por ser uma forma que os proprietários das empresas encontraram para evitar as demissões em massa. Essas diminuições do horário de funcionários das concessionárias tiveram que ocorrer, pois o funcionamento de todo comércio do país foi afetado por razão da pandemia, e foi aí que a área jurídica das empresas entra em ação para registrar essas novas cargas horarias dos funcionários no contrato para que não houvesse nenhuma ilegalidade perante as leis trabalhistas demonstrado no artigo de Marcelo Furtado.

Para evitar o fechamento de empresas e gerar um cenário menos desfavorável para empregadores, foi promulgada a Medida Provisória nº 936/2020, convertida para Lei nº 14.020/2020, que traça diretrizes para permitir a redução da jornada de trabalho enquanto perdurar a situação atípica no país. (FURTADO, 2020, Online/Blog Convenia)

Caso não ocorressem tais atualizações no contrato de forma correta, da maneira que ficasse registrado no setor jurídico, poderia até trazer prejuízos as concessionárias por estar executando alterações sem deixar todas essas alterações nos conformes das leis trabalhistas, ocorrendo até processos a pedido de funcionários, porém, se for realizado nos conformes da lei e um fato que veio para ajudar a resolver tanto parte do empregador para diminuir custos da empresa em tempos difíceis e também dos empregados que foi para evitar desempregos.

Por isso o Direito vem como grande aliada das concessionárias para resolver justamente essas questões jurídicas de alterações contratuais que tiveram de ser feitas por decorrência da pandemia em relação a carga horaria nas empresas.

### **3.2 Lei criada para facilitar as concessionárias em relação de alterações nos contratos de trabalho**

Como se descreve todo o capítulo, as concessionárias de veículos tiveram que realizar várias alterações durante a pandemia devido a várias restrições que foram feitas e regras relacionadas a todo comércio incluindo o veicular.

Exemplos citados foram o de reajustes salariais e também as mudanças na jornada de trabalho dos empregados, em decorrência de tais alterações citadas foi criada a lei de Nº 14.020, de 6 de julho de 2020, que vem a facilitar toda a regulamentação do setor jurídico das concessionárias para que os contratos dos funcionários fiquem nos conformes das leis trabalhistas do país.

Essa lei foi criada justamente para ajudar a manter os empregos e renda dos funcionários que em boa parte ficaram afetados pelas dificuldades trazidas pela pandemia do coronavírus, tais objetivos dessa lei que vem expressa por exemplo no art.2 e seus incisos.

Art. 2º Fica instituído o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda, com aplicação durante o estado de calamidade pública a que se refere o art. 1º desta Lei e com os seguintes objetivos: I - preservar o emprego e a renda; II - garantir a continuidade das atividades laborais e empresariais; e III - reduzir o impacto social decorrente das consequências do estado de calamidade pública e da emergência de saúde pública. (BRASIL, 2020)

Em análise e todo o estudo realizado durante o capítulo, se percebe que a lei Nº 14.020 também auxiliou as concessionárias e seus setores jurídicos para a regulamentação dos contratos de trabalho que tiveram de sofrer alterações devido a toda rotina que foi mudada devido ao Covid-19, tais mudanças que foram necessárias para evitar desempregos em grande quantidade mas também aliviar a parte financeira das empresas que precisaram de reduzir gastos para se manter abertas e em funcionamento no mercado automotivo.

Percebe-se o quão fundamental o setor de Direito está sendo para as concessionárias de veículo para resolver questões jurídicas e se mantendo regular perante a lei, assim reduzindo mais problemas e dificuldades que a pandemia já trouxe para as concessionárias.

## 4 RECUPERAÇÃO DAS CONCESSIONÁRIAS DE VEÍCULOS

Durante todo o artigo, percebe-se o quão afetado foi o setor de automóveis causados pela pandemia do Covid-19, a queda nos números de vendas e também por procura dos serviços prestados das concessionárias.

Devido todas as dificuldades encontradas, vem conseqüentemente a queda nos lucros assim sendo forçado a diminuir gastos para manter as concessionárias e também as montadoras em funcionamento caso contrário não irá haver verba para manter as portas abertas.

Assim, para que possam manter as atividades mesmo que em menor intensidade por razão da baixa procura do setor automotivo, para reduzir gastos houve o grande aumento em desempregos, que vem na decorrência de pouca demanda nas compras de automóveis e baixas produções das montadoras por razão de estoques altamente cheios das concessionárias, como explica Diego Gimenes em artigo a revista Veja.

Passados 4 meses, o otimismo aumentou entre os executivos e especialistas do ramo, mas o número crescente de demissões e o adiamento de metas importantes firmadas nos anos anteriores podem comprometer o futuro das montadoras no país, que dobraram suas dívidas e demitiram funcionários, pois as fábricas diminuíram de tamanho. (GIMENES, 2020, Online/Veja)

Analisando essas dificuldades encontradas e também as ações a serem tomadas, para ocorrer tal recuperação para que não comprometa o futuro dessas concessionárias e montadoras, houve demissões em massa de funcionários para diminuir os gastos e tentando aliviar a parte financeira.

### 4.1 Como o desemprego afetou o setor automotivo na pandemia

Com o aumento do desemprego devido à crise traga pela pandemia, houve uma mudança diretamente no comportamento dos consumidores, que tiveram de adiar a vontade de adquirir um veículo novo.

Em razão da falta da estabilidade financeira que reduziu bastante durante a pandemia, a procura das pessoas para a troca ou adquirir veículos despencou afetando o setor automotivo, assim, com poucas vendas vem acarretando com a lotação no estoque das concessionárias que é um grande sinal de prejuízo e

consequentemente a redução nos pedidos para as montadoras de mais veículos para repor estoque, números dessa redução apresentada por Bruno Bocchini em artigo no site Agencia Brasil.

A quantidade de veículos automotores - automóveis comerciais leves, caminhões, ônibus, motocicletas e implementos rodoviários - vendida no país em janeiro foi de 274.093 unidades, 8,16% a menos do que ao registrado no mesmo mês do ano passado. Em relação a dezembro de 2020, as vendas tiveram retração ainda maior, de 24,52%. (BOCCHINI, 2021, Online/Agencia Brasil)

Com todo esse cenário e as grandes dificuldades durante esse período, se percebe o quanto os desempregos também afetaram no setor automobilístico, com as baixas procuras em aquisições de veículos, e indiretamente na produção das montadoras na fabricação de novos carros.

E que com a redução nos lucros do setor, como consequência e redução nos gastos vem o aumento ainda mais do desemprego dos funcionários do setor automobilístico, assim, analisando se percebe que a pandemia trouxe danos tanto aos consumidores, mas também as fabricantes.

#### **4.2 Tentativa de recuperação do setor automotivo durante a pandemia**

Durante a pandemia, todo o setor automotivo sofreu danos irreversíveis que trouxeram grandes prejuízos para as montadoras e também as concessionárias como se observa durante todo o capítulo.

Então, devido à grande crise financeira tiveram até mesmo que fechar as portas como, por exemplo, a Ford que decidiram encerrar a produção de veículos no Brasil, empresa que estava a mais de 100 anos no mercado e uma das causas do fechamento foi as dificuldades encontradas durante a pandemia. Porém, as concessionárias que se mantem em funcionamento não ficaram paradas esperando tais complicações piorar todo o cenário, buscaram formas de driblar as dificuldades e tentar a recuperação de todo o prejuízo já sofrido.

Dentro de algumas estratégias para recuperação do setor, as concessionárias recorreram ao investimento no marketing digital, para fazer anúncios e negociar vendas totalmente online desde a escolha do veículo até a entrega na própria

residência do cliente, que foi um meio encontrado para que toda a negociação não fosse feita presencialmente e o cliente não precisar fazer o deslocamento até a concessionária, foi uma das formas alavancar as vendas durante esse período que o distanciamento social e essencial para diminuir o número de contaminação.

Outra forma que foi encontrada para essa tentativa de recuperação, vem diretamente de dentro da concessionária que é o setor de pós-vendas que tem o papel de realizar as manutenções dos veículos, vendas de peças e também durante a pandemia viu o número de solicitações de higienização dos veículos aumentarem para manter os cuidados dos proprietários, tais serviços prestados por esse setor que trazem lucros para a concessionária assim, auxiliando na recuperação da lucratividade do setor automotivo como explica Leo Fortunatti em artigo para meio de comunicação Uol após entrevistar Luís Santamaria que é Diretor da Mopar (divisão de pós-vendas da FCA) .

Para Santamaria, o pós-vendas terá um papel fundamental na recuperação dos concessionários após o isolamento social. Segundo ele, o volume de passagens pelas lojas Fiat e Jeep está voltando ao patamar médio de 8.500/mês, como era. Boa parte é de clientes que estão levando os veículos seja para a revisão em garantia, ou para alguma manutenção. Tudo isso veio acompanhado de novas cartilhas de comportamento dos funcionários, como distanciamento e uso de equipamentos como máscaras, até um processo mais rigoroso de limpeza e higienização tanto de locais quanto de veículos, seja na área de vendas, seja no pós-vendas. (FORTUNATTI, 2020, Online/Uol)

Apesar das grandes dificuldades, outro setor que vem no auxílio da recuperação é o de vendas de veículos seminovos e usados, o número de bom faturamento nas vendas vem aumentando isso por exemplo do medo de contágio da Covid-19 que o consumidor corre utilizando transporte público, outro fator é a diferença de valores entre um veículo 0 km para os seminovos que no caso mesmo as dificuldades financeiras fica mais acessível adquirir um veículo seminovo.

Portanto, os consumidores ao analisar tais melhores condições que foram trazidas pelo setor de veículos usados optam por adquirir ao invés de um veículo novo por razão desse comparativo de diferença entre os valores, que não irá afetar o bolso tanto quanto se fossem comprar um carro 0 km.

Com o aumento na procura de veículos usados, as concessionárias veem os números de vendas e da lucratividade aumentar, assim, dando um alívio para que possam se manter durante a pandemia e até também auxiliando na recuperação mesmo que parcialmente como mostrado no artigo feito por Diogo de Oliveira do site Estadão que fala sobre esse crescimento nas vendas de carros usados.

Após sofrer um grande baque no primeiro semestre de 2020 por causa da pandemia, o mercado de carros usados parece estar imune ao coronavírus. Dezembro teve vendas 23,6% maiores do que as registradas no último mês de 2019, quando a Covid-19 ainda era uma epidemia localizada na China. (OLIVEIRA, 2021, Online/Estadão)

Verifica-se que, mesmo como certa lentidão há formas do setor automobilístico se recuperar dos danos que foram causados pela pandemia do Covid-19 com estratégia há formas de alavancar vendas e melhorar todo o cenário.

## **5 ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA CONSEGUIR VENDAS DURANTE O SURTO DE COVID – 19**

Para que as concessionárias mantenham em funcionamento e voltar a lucrar, formas de melhorar os números de vendas tiveram de ser encontradas para atrair clientes nas concessionárias para comprarem veículos.

Então o setor de novos e também de assistência técnica, buscaram estratégias de marketing como descontos, promoções entre outras formas para aumentar o número de vendas e atrair a atenção dos clientes para que busquem os serviços das concessionárias, assim, conseguindo lucratividade mesmo com as dificuldades encontradas durante a pandemia.

Um dos setores em que já esboçaram reações, foi o de veículos usados que aumentaram suas vendas já no segundo semestre de 2020 com melhoras significativas segundo pesquisas do site Auto ON que mostra os números.

Mesmo diante da pandemia do Coronavírus que dificultou as negociações, o mercado de veículos seminovos e usados no Brasil mostrou força e conseguiu apresentar uma recuperação rápida a partir do segundo semestre de 2020. O estudo Performance Veículos Usados 2020 (PVU), produzido pela consultoria automotiva MegaDealer em parceria com a AutoAvaliar, plataforma online de vendas de veículos usados do país, revela que as

concessionárias de veículos do país, em geral, superaram relativamente bem a queda dos volumes constatando um aumento significativo nas margens brutas e na velocidade do giro de estoque. (AUTO ON, 2021, Online/AutoON)

Diante da reportagem apresentada, verificasse que já houve uma melhora em vendas, fato demonstra que mesmo com as dificuldades da pandemia há formas de recuperação do setor automobilístico, e muito isso dependem das estratégias de marketing apresentadas pelas concessionárias para atrair os consumidores a adquirir serviços ou também comprar veículos novos ou usados.

Com vínculo entre setor de novos e assistência técnica para encontrarem maneiras de marketing e descontos para apresentar aos clientes, a lucratividade do setor irá crescendo mesmo que haja uma demora, em determinado momento a recuperação será realizada.

Todas as partes envolvidas do setor automobilístico desde as concessionárias e montadoras, estão cientes que tal recuperação será demorada pois os danos causados pela pandemia foram grandes afetando a parte financeira, porém, sabem que o setor é um grande pilar na economia e responsável por trazer também empregos então é um setor que tem mercado e que mesmo que demore terá uma recuperação ao longo do tempo de durante e pós pandemia.

### **5.1 Investimentos no marketing digital para alcançar mais vendas durante a pandemia**

Entre as estratégias para buscar clientes e atraí-los para os serviços das concessionárias, foi o investimento no marketing digital com anúncios de promoções de serviços e também condições melhores para até comprar um veículo novo nos meios de comunicações da internet.

A internet é um meio de comunicação que a muito tempo vem ajudando no crescimento de vendas e de exposição de marketing, e por esta razão as concessionárias tiveram essa estratégia de investir no setor para aumentar vendas e expor promoções, e devido a pandemia, houve a necessidade dessa interação online com os clientes, por razão que os atendimentos presenciais direto das concessionárias não podem ser realizados diante do risco de contaminação do vírus.

Com o fato de o atendimento ser online, a exposição do marketing digital se inicia no setor de novos, para atrair clientes a comprar veículos os responsáveis por esses meios de comunicação criaram melhores condições no caso que o cliente queira adquirir um veículo novo como mostra reportagem de Camila Torres ao site Mobi Auto.

Para aqueles que não querem usar suas economias comprando ou dando entrada em um carro, apesar de não estarem anunciando, as lojas estão oferecendo condições de financiamento interessante para quem quer começar a pagar o carro depois, com opções para começar a pagar daqui alguns meses. (TORRES, 2020, Online/MobiAuto)

Com melhores condições, os clientes que já gostariam de adquirir veículos pensando também em maior segurança, devido ao maior risco de contágio do vírus em transporte públicos, começaram a ver com bons olhos em comprar um veículo novo com tais melhorias em valores apresentados pelas concessionárias nos meios de comunicações digitais.

Outro setor que está utilizando bem o marketing digital, e o da assistência técnica que é responsável pela manutenção e vendas de peças dos veículos.

Estão utilizando as redes sociais como, por exemplo, apresentar descontos nas revisões dos veículos fato que aumenta a procura dos serviços da oficina especializada pela confiança de peças originais e com bons preços assim, o crescimento do faturamento auxiliando a melhorar a parte financeira das concessionárias que foram afetadas pela pandemia.

Esse investimento no marketing digital e fato que foi de grande importância para o crescimento nos lucros da concessionárias, esse investimento foi feito por estratégia de que houve um grande aumento de utilização de internet durante a pandemia, tal aumento que este relacionado ao tempo maior que as pessoas estão passando dentro de suas casas, e para se distrair acabam consumindo mais conteúdos da internet como explica reportagem do G1.

O período conturbado em que vivemos tem alterado significativamente os padrões de consumo da internet ao redor do globo e no Brasil não foi diferente. O tráfego na rede aumentou desde o início da pandemia e continua elevado até hoje, com o uso

cada vez mais frequente de serviços de streaming e reuniões por videoconferências.” (Nova DC, 2020, Online/G1)

Muito destas buscas realizadas pelos consumidores, também se referem ao setor automobilístico procurando veículos novos e usados para realizarem o desejo de adquirir um carro.

Fato que ao verem o crescimento do consumo de internet, foi a principal razão em que as concessionárias visualizaram necessário o investimento no marketing digital para atrair mais clientes, e aumentar a busca pelos serviços de oficina e também a vontade dos usuários em querer comprar um novo veículo, assim, aumentando a lucratividade das concessionárias e possibilitando mantê-las de portas abertas ajudando o setor automobilístico em constante funcionamento.

## 6 CONCLUSÃO

Após estudo e pesquisa do tema escolhido, e indiscutível a grande relevância que se tem dentro do cenário econômico o setor automobilístico para os países trazendo lucratividade e aquecendo o mercado com compra de insumos.

E por razão dessa grande importância que desperta o interesse de como se comportou as concessionárias diante das dificuldades trazidas pela pandemia, o quanto a economia foi afetada e quais modos encontraram para se recuperar.

O objetivo foi demonstrar as dificuldades que encontraram as empresas ao longo da pandemia, que também afetou a economia deixando explícito que é necessário a preocupação com a gestão financeira destas concessionárias, para que o setor econômico também se mantenha em estabilidade.

Durante pesquisa ao longo do trabalho, nota que ocorreram falta de insumos acarretando na queda de fabricação dos veículos, fato que trouxe o grande aumento em valores durante a pandemia relacionada ao setor automobilístico afetando diretamente a classe dos consumidores.

Para uma melhora na lucratividade, uma das formas de retomada que as concessionárias encontraram foi investir no marketing digital como anúncios para atrair clientes, pois devido as restrições como o isolamento social contribuiu com o

crescimento na utilização de internet dos consumidores, fato que contribuiu para o aumento de vendas.

Um grande meio para pesquisa em coleta de dados para a realização do trabalho foi reportagens, entrevistas e documentários locais que trouxeram números e artigos relacionados ao assunto que auxiliaram e agregou bastante no desenvolvimento de pesquisa do tema.

Houve dificuldades para encontrar, pois por se tratar de um assunto recente que se iniciou durante a pandemia, não se trata de algo que se tornou em evidencia e interesse de pesquisa a muito tempo.

Devido a se tratar de um tema pesquisa recente, e de grande importância e relevância, o interessante em se aprofundar no assunto durante ao longo do tempo, para demonstrar o comportamento do crescimento das concessionárias perante a importância que se tem relacionado ao setor econômico.

## REFERÊNCIAS

BOCCHINI, Bruno. Venda de veículos automotores tem queda de 8,16% em janeiro. São Paulo: Agencia Brasil, 2 fev. 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-02/venda-de-veiculos-automotores-tem-queda-de-816-em-janeiro>. Acesso em: 26 mar. 2021.

CILO, Nelson. COVID-19: setor automobilístico vai levar três anos para se recuperar. [S. l.]: Estado de Minas, 27 abr. 2021. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2020/04/27/internas\\_economia,1142056/covid-19-setor-automobilistico-vai-levar-tres-anos-para-se-recuperar.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2020/04/27/internas_economia,1142056/covid-19-setor-automobilistico-vai-levar-tres-anos-para-se-recuperar.shtml). Acesso em: 10 abr. 2021.

FORTUNATTI, Leo. Pós-vendas terá papel fundamental na recuperação das concessionárias. [S. l.]: Motor 1, 8 maio 2020. Disponível em: <https://motor1.uol.com.br/news/420723/pos-vendas-mopar-concessionarias-crise/#:~:text=Para%20Santamaria%2C%20o%20p%C3%B3s%2Dvendas,8.500%2Fm%C3%AAs%2C%20como%20era>. Acesso em: 30 mar. 2021.

G1, Globo.com. Pandemia aumenta o uso de internet no planeta. [S. l.]: G1, 30 nov. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/pr/parana/especial-publicitario/novadc/check-in-tech-nova-dc/noticia/2020/11/30/pandemia-aumenta-o-uso-de-internet-no-planeta.ghtml>. Acesso em: 17 abr. 2021.

GIMENES, Diego. Recuperação das montadoras passa por demissões e preços mais altos Leia mais em: <https://veja.abril.com.br/economia/recuperacao-das->

montadoras-passa-por-demissoes-e-precos-mais-altos/. [S. l.]: Veja, 15 set. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/economia/recuperacao-das-montadoras-passa-por-demissoes-e-precos-mais-altos/>. Acesso em: 23 mar. 2021.

GLOBO.COM, Auto Esporte. Após reabertura de concessionárias, mercado de carros usados mostra recuperação mais rápida do que o de novos. [S. l.]: Auto Esporte, 23 jul. 2020. Disponível em: <https://autoesporte.globo.com/videos/noticia/2020/07/apos-reabertura-de-concessionarias-mercado-de-carros-usados-mostra-recuperacao-mais-rapida-do-que-o-de-novos.ghtml>. Acesso em: 10 abr. 2021.

NUNES, Lucia. Pandemia acelera investimentos em marketing digital nas concessionárias. [S. l.]: Uol, 10 fev. 2021. Disponível em: <https://atarde.uol.com.br/autos/noticias/2157349-pandemia-acelera-investimentos-em-marketing-digital-nas-concessionarias>. Acesso em: 17 abr. 2021.

OLIVEIRA, Diogo. Vendas de carros usados dispararam em dezembro e superaram a pré-pandemia. [S. l.]: Estadão, 5 jan. 2021. Disponível em: <https://jornaldocarro.estadao.com.br/carros/vendas-de-carros-usados-dispara-em-dezembro-e-supera-a-pre-pandemia/>. Acesso em: 22 mar. 2021.

ON, AUTO. Mercado de carros usados tem boa recuperação apesar do Covid. [S. l.]: Auto ON, 21 jan. 2021. Disponível em: <https://www.acidadeon.com/auto-on/noticias/NOT,0,0,1576089,mercado-de-carros-usados-tem-bou-recuperacao-apesar-do-covid.aspx>. Acesso em: 15 abr. 2021.

PASSOS, Flavio. A transformação do setor automotivo com a pandemia. [S. l.], 16 fev. 2021. Disponível em: <https://exame.com/blog/opiniao/a-transformacao-do-setor-automotivo-com-a-pandemia/>. Acesso em: 15 abr. 2021.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA SECRETARIA-GERAL. Lei nº LEI Nº 14.020, de 6 de julho de 2020. EMENTA: Institui o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda; dispõe sobre medidas complementares para enfrentamento do estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020, e da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus. [S. l.], 6 jul. 2020. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2020/lei/L14020.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/L14020.htm). Acesso em: 22 mar. 2021.

SILVA, Cleide. Economia: Produção de veículos cai 99% com pandemia. [S. l.]: Uol, 9 maio 2020. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2020/05/09/producao-de-veiculos-cai-99-com-pandemia.htm>. Acesso em: 28 fev. 2021.

SODRÉ, Eduardo. Produção de veículos deve parar por falta de insumos, diz associação das montadoras. São Paulo: Folha de S.Paulo, 7 dez. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/12/producao-de-veiculos-deve-parar-por-falta-de-insumos-diz-associacao-das-montadoras.shtml>. Acesso em: 9 mar. 2021.

TORRES, Camila. Vale a pena comprar carro durante a pandemia?. [S. l.]: Mobiauto, 15 jul. 2020. Disponível em: <https://www.mobiauto.com.br/revista/vale-a-pena-comprar-carro-durante-a-pandemia/252>. Acesso em: 14 abr. 2021.

FURTADO, Marcelo. Redução da jornada de trabalho. [S. l.]: Blog Convenia, 15 set. 2020. Disponível em: <https://blog.convenia.com.br/reducao-da-jornada-de-trabalho/>. Acesso em: 2 jun. 2021.