

O descaso na reposição de peças

O mercado de venda de veículos cresceu muito no Brasil nos últimos anos e, além dos reflexos no trânsito, que está caótico na maioria das médias e grandes cidades do país por causa do excesso de carros, motocicletas, caminhões e ônibus circulando nas ruas, existe outra consequência que está atrapalhando os motoristas, que é a falta de peças de reposição em casos de problemas mecânicos ou sinistros.

Isso não deveria acontecer, já que o CDC (Código de Defesa do Consumidor) prevê que as montadoras devem ter em estoque número suficiente de peças para reposição de acordo com o volume produzido e vendido, ou seja, não se pode vender

nem sempre isso é uma tarefa fácil, porque é muito constrangedor ficar mudando a data de entrega do veículo em perfeitas condições por causa de um problema que não está ao seu alcance resolver, já que depende exclusivamente das montadoras. E não são todos os clientes que entendem isso.

Em geral, quando está tudo em ordem e as montadoras têm peças em estoque, o tempo para a chegada das mercadorias solicitadas é de três a sete dias úteis, mas existem casos em que as empresas demoram meses para fazer essa entrega e os carros ficam todo esse período parados. Como se explica isso aos clientes? Como resolver casos como esses?

“ISSO NÃO É SÓ UMA FALHA CORPORATIVA, É UMA FALTA DE RESPEITO COM CONSUMIDORES”

além do que a empresa tem capacidade de repor, caso seja necessário.

Sem os itens de reposição, o conserto de veículos atrasa, até quando o problema é de fabricação e, teoricamente, é obrigação da fabricante resolver. Mas os consumidores sabem que na maioria das vezes não é isso que acontece. Na prática, o desfecho dessa situação não é tão simples.

Seja pessoa física ou jurídica, o desgaste com as montadoras em caso de reposição de peças é grande e, quando se trata de empresas, o problema ganha outras proporções, porque é preciso responder ao consumidor final. Uma oficina mecânica e uma locadora de veículos precisam dar satisfação aos seus clientes e

E isso acontece com as mais variadas marcas. Ainda é mais comum com os veículos importados, mas também existe dificuldade com companhias nacionais. Isso não é uma falha corporativa interna, é uma falta de respeito com os consumidores, que apostaram na marca e acreditaram que seriam tão bem-atendidos no período pós-venda.

Nós, que representamos as locadoras de veículos, nos desdobramos para que os clientes não sintam os reflexos desse problema com as montadoras, mas é uma situação embaraçosa, que poderia ser evitada, se alguns fabricantes se preparassem melhor para atender seus clientes antes e após a conclusão das vendas.



HELIO BORENSTEIN

Diretor financeiro do Grupo Marbor