

Dafra acirra disputa em mercado de motos populares

A Dafra entrou em seu segundo ano pronta para deslançar. Depois de um primeiro ano, completado em fevereiro, de bastante sucesso, a montadora de motocicletas do Grupo Itavema lançou-se no mercado brasileiro em um investimento de R\$ 100 milhões para comercializar veículos de apelo popular, posicionados para classes C e D e também para jovens que buscam independência para locomoção.



Nos primeiros doze meses, a Dafra conseguiu vender 74 mil motos, ultrapassando em 23,3% a meta aplicada para o ano. Foram 250 concessionárias abertas nesse período em todos os estados brasileiros e um esforço em publicidade para tornar a marca conhecida pelos brasileiros. Isso inclui peças constantes na mídia impressa e televisiva, com ações de merchandising em programas da Rede Globo, como novelas, Big Brother Brasil, Domingão do Faustão e Caldeirão do Huck.



Nas últimas semanas, as concessionárias da Dafra no país começaram a receber o mais novo modelo, a Kansas 250 (foto), o primeiro com 250 cilindradas da marca. A edição é limitada e faz parte de uma estratégia inédita em seus 13 meses de existência. A moto é uma versão mais robusta do Kansas 150, em comemoração ao sucesso de vendas, que em poucos meses assumiu a liderança entre as motos de sua categoria (custom), com mais de 50% de participação de mercado.

Em 11 meses, Dafra conquistou o quarto lugar em participação

Tudo isso resultou na conquista do quarto lugar em participação de mercado, em janeiro, quando a Dafra foi responsável por 4,66% das motos vendidas no varejo. A Honda lidera, com impressionante marca de 71,37%, seguida por Yamaha, com 11,98%, segundo dados da Federação Nacional de Fabricantes de Veículos. Com esse resultado, a marca passou pela primeira vez à frente da concorrente Sundown Motos, há mais de três anos no mercado, e pouco atrás da Suzuki Motos, com 5,37% de participação e 17 anos de estrada.

Para atingir esse resultados satisfatórios em tão pouco tempo, a marca seguiu uma tendência do mercado de fazer parcerias com montadoras chinesas, com a importação em grandes lotes de peças para montar as motocicletas em fábricas na fábrica de Manaus.

Essa é a forma que a Dafra e concorrentes como Traxx, Sundown Motos e MotorZ

encontraram para baratear o preço final do produto, uma vez que o custo de mão-de-obra no território chinês é menor.

“Foi um ano de muito trabalho, com a abertura de concessionárias e ações de divulgação, mas muito satisfatório. Conseguimos tornar a marca muito conhecida dentro do target que queremos atingir”, comemora Carolina Menescal, Gerente de Marketing da Dafra. Segundo a executiva, o principal público são homens de 25 a 40, apesar do público jovem de 18 a 25 ainda ser importante para a empresa.



Busca por qualidade é prioridade

Para uma empresa com produtos de apelo popular vindos da China, entre outros países, a Dafra enfrenta a descrença de consumidores quanto a qualidade do produto com testes em sua fábrica, que regulam inclusive a emissão de poluentes, além do reforço na assistência técnica em todo o Brasil e em ações de test-drive. Apesar disso, a empresa precisou passar por um recall logo no seu terceiro mês, devido ao modelo Laser 150 (foto) apresentar parafusos posicionados incorretamente nos primeiros lotes fabricados, o que poderia causar acidentes.

Para a Gerente de Marketing, no entanto, a qualidade sempre foi uma preocupação muito grande na empresa. “Temos um laboratório de testes em nossa fábrica e buscamos sempre fornecedores que tenham produtos de qualidade aliado a um bom preço. Não trabalhamos apenas com empresas da China, mas também de outros países e inclusive do Brasil. A nossa moto é brasileira, você não encontra um modelo igual em qualquer lugar do mundo”, explica Carolina, em entrevista ao Mundo do Marketing.

Em meio ao cenário de crise econômica, por mais que o consumidor venha a optar por produtos mais baratos, o que privilegiaria a Dafra, o problema da restrição de crédito no financiamento de motos acaba afetando a montadora. A própria marca tem uma financiadora própria, a Dafra Financiamentos, em parceria com o Itaú, presente em todas as concessionárias da rede.