

Da estopa ao consórcio

Disal expande atuação para além da Volkswagen e torna-se a terceira administradora de cotas de consórcio do País. Também tem seguradora e empresa de TI.

Ana Paula Machado | anamachado@autodata.com.br

Da compra coletiva a administradora de consórcio multi-marcas. Assim se resume a sólida trajetória da Disal, empresa criada há 29 anos para auxiliar os concessionários Volkswagen a reduzir os custos e melhorar a rentabilidade do negócio. A empresa tornou-se a terceira maior na área de consórcios do País, atrás do Banco do Brasil e do Bradesco.

Desde 2015 a empresa passa por mais uma reformulação. Se antes a Disal era exclusiva da Volkswagen, hoje ela vende cotas de consórcio para todas as marcas. A mudança de foco, segundo Sérgio Reze, diretor executivo da empresa, foi necessária para acompanhar a mudança do mercado: “Quando nascemos existiam quatro

montadoras que dominavam as vendas no Brasil. Hoje essa realidade é muito pulverizada. Para crescer nos abrimos para outras marcas”.

Segundo Reze a venda de cotas de consórcio representa 80% do faturamento do Grupo Disal: “A nossa visão é o concessionário. Fomos criados para isso”.

Com cerca de 30% a Volkswagen ainda detém a maior participação nas vendas da empresa. A General Motors soma 14%, a Fiat 11%, a Hyundai tem 7% e a Ford é responsável por 6% do total comercializado. O ticket médio das cotas é de R\$ 42 mil.

No ano passado, de acordo com dados da **ABAC**, Associação Brasileira de Administradora de Consórcios, as

vendas de cotas representaram 30,5% da comercialização de veículos no Brasil. Em 2015, esse índice foi de 25,3%: “Cerca de 70% das cartas de crédito da Disal são revertidas na compra do carro usado. Isso é uma ferramenta de venda importante para o concessionário mitigar o estoque de seminovos”.

Reze revela que a empresa administra uma carteira de 200 mil cotas. Esse volume tem se mantido nos últimos anos, mesmo com a crise do setor automotivo: “A nossa meta é aumentar o número de associados de outras marcas. Estamos em tratativas com associações de concessionárias. Acreditamos que podemos contribuir para melhorar o negócio da rede”.

A Disal tem 220 associados. “Estamos em expansão. Devemos aumentar a nossa atuação na Região Sul. Esse é o nosso objetivo. Muitos dos nossos associados aguardam ansiosos pelo cheque da Disal no fim do ano, quando repassamos os dividendos e a parte de cada um na venda de cotas”.

Ele conta que em algumas concessionárias ele tem uma participação que vai além do resultado da venda de veículos: “É com isso que estamos trabalhando para atrair mais associados. Quem é que não gosta de resultado?”.

O associado Disal tem à disposição serviço de inteligência de mercado e suporte para treinamento da sua força de vendas: “Estamos com o parceiro no dia a dia. Temos uma academia de vendas que presta treinamento à área comercial das concessionárias”. Reze conta que 62% do resultado da Disal são destinados para a rede associada. **AD**