



Consórcio de veículos atrai consumidores do crédito

DCI - São Paulo/SP - FINANÇAS - 14/02/2012 - 00:00:00

Marcelle Gutierrez

são Paulo - No ano de 2011, o volume de concessões para financiamento de veículos apresentou desaceleração por conta do avanço dos índices de inadimplência, que fecharam 2011 em 7,3% no segmento pessoa física, o que deixou os bancos mais cautelosos. Contudo, o consumo continuou em ritmo acelerado com o aumento da renda dos brasileiros e baixos índices de desemprego. Diante deste cenário, os consumidores migraram para o consórcio, que cresceu 38% em 2011, enquanto em 2010 a expansão foi de 28% na comparação com 2009.

Segundo o Banco Central, o crédito do setor automotivo acumula queda de 15,2% das concessões no último ano, para R\$ 9,446 bilhões em dezembro, na comparação com 2010, quando estava em R\$ 11,136 bilhões.

Segundo a supervisora-executiva de Marketing do Consórcio Nacional Volkswagen, Ruth Wiering, as pessoas têm acesso ao consumo, mas não possuem renda para a aquisição imediata, caminhando para o crédito ou consórcio. "Percebemos que houve um aperto com o aumento da inadimplência. Como [os bancos] ficaram mais restritos, acabaram direcionando para o consórcio", diz a supervisora, que acrescenta: "2011 foi muito importante, com o crescimento de 38% do mercado na venda de novas cotas; na comparação com 2009 e 2010 a alta foi de 28%".

Ao fim do último ano, o Consórcio Nacional Volkswagen, do Banco Volkswagen, obteve 93,405 mil cotas, volume 45% maior do que o obtido em 2010, que ficou em 64,266 mil cotas. Já no crédito, a movimentação de novos negócios chegou a R\$ 9,9 bilhões, acréscimo de 12,5% ante 2010, que ficou em R\$ 8,8 bilhões.

"Para 2012 a expectativa é muito boa e teremos números muito expressivos. Em janeiro foram vendidas 10 mil cotas, um crescimento acima do projetado. Pretendemos manter o mesmo ritmo do último ano, de cerca de 50%", enfatiza Ruth Wiering. O diretor-comercial da Embracon, Alberto Petrochi, concorda com que a expansão do consórcio está diretamente ligada à maior restrição dos bancos. "O mercado está comprador, e com a estabilidade econômica tem mais segurança para investir."

Outro motivo que impulsiona o segmento como um todo, não somente em veículos, na opinião de Petrochi, é a Lei 11.795, em vigor desde 6 de fevereiro de 2009, e que, entre outros benefícios, possibilita mais rapidez à constituição dos grupos e permite a restituição de valores pagos por consorciados excluídos. "A lei está consolidando e passando mais segurança para o cliente."

O consórcio de automóveis da Embracon apresentou crescimento de 41% em janeiro deste ano em relação ao mesmo mês do ano passado. Em fevereiro, a

expansão já chega a 30% ante o mesmo mês de 2010. "A tendência é que vai crescer muito; deve ultrapassar 50%."

O desafio para este ano, segundo o diretor-comercial, é ultrapassar os R\$ 4 bilhões nos setores de automóveis e imóveis com a estratégia de ocupar espaços e melhorar produtividade. "A expectativa para o setor é promissora, em virtude da proximidade da Copa, do crescimento da classe C e do aquecimento da economia."

A paranaense Unilance, que atua há 21 anos com o consórcio de automóveis, imóveis, aeronaves e barcos, apresentou em 2011 expansão de 12,5% da produtividade e a expectativa para 2012 é de um crescimento acima da projeção entre 7% e 9% da Associação Brasileira das Administradoras de Consórcios (Abac).

De acordo com o diretor de consórcio da Unilance São Paulo, Élcio Monteiro, o carro-chefe da companhia é o ramo imobiliário, mas observa-se expansão em automóveis. "Foi muito nítido o crescimento a partir do segundo semestre, quando começou a ter muita venda de automóveis e motocicletas", diz Monteiro.

Para o diretor, a principal vantagem do produto está na compra programada com menos custo e prazo alongado.

Vendas on-line

Muitas companhias aderem atualmente às vendas pela filial virtual. A Embracon atingiu, em média, R\$ 3 milhões por mês ao longo de 2011 com esta modalidade e a expectativa é de chegar a R\$ 10 milhões mensais em 2012. "Nosso objetivo está em atender onde não temos filial física, mas também todas as localidades", afirma Alberto Petrochi, que ressalta alta de 25% do número de funcionários.

O Consórcio Nacional Volkswagen, entretanto, não utiliza a ferramenta. Segundo Ruth Wiering, a venda ocorre muito presencialmente, pois há necessidade de explicar o produto e assinar o contrato.

10.000Bancos