CONSÓRCIO, O SALVA PÁTRIA

EM ENTREVISTA EXCLUSIVA, O PRESIDENTE DA ABAC, PAULO ROSSI, FALA DAS VANTAGENS DO CONSÓRCIO NA VENDA DE MOTOS.

O consórcio de motocicletas cresceu em 2013? Quanto?

Ao participar praticamente com uma a cada duas motos comercializadas no mercado interno, o consórcio de motocicletas continua crescendo como excelente opção na compra de motocicletas, seja para o lazer ou trabalho.

Ao contabilizar 2,40 milhões de participantes, esse setor continua sendo o de maior presença, representando 42,6% do total do sistema, que soma aproximadamente 5,64 milhões.

Qual é a previsão para este ano?

Acreditamos que o consórcio de motocicletas continuará sendo uma alternativa interessante tanto para o consumidor como para fabricantes e revendedores.

A razão está na cultura do brasileiro na compra de moto pelo mecanismo, que está consolidado há muitos anos. O consórcio tem sido responsável pela crescente participação nas vendas internas em várias regiões do País.

Nos nove primeiros meses do ano passado, por exemplo, a presença na Região Norte chegou aos 61,9%. A seguir, ficaram as regiões Centro-Oeste e Nordeste com 50% das vendas cada. Depois vieram Sudeste com 38,3% e Sul com 37,3%. O estado com maior índice foi Amapá que registrou 78,4%, seguido de Rondônia que atingiu 77,9%. Vale lembrar que a média nacional ficou em 47,1% das vendas.

O que é necessário para aumentar as vendas de motos através do consórcio?

Ao participar do sistema de consórcios, o consumidor adquire bens e serviços, de forma planejada e econômica, além de consumir com responsabilidade.

No caso das motos, o comportamento do consumidor, aliado aos esforços dos fabricantes/montadoras, revendedores e administradoras de consórcios, que atuam no segmento, tem propiciado crescimento gradativo do número de participantes.

A cultura da poupança com objetivo definido que se insere no contexto da educação financeira, tem formado um consumidor

que planeja e que busca, com baixo custo, realizar o sonho de adquirir uma motocicleta.

Por se tratar de uma modalidade de autofinanciamento, o sistema de consórcios dispensa linhas de crédito ou dinheiro público, visto que os interessados se financiam e se concedem crédito mútua e reciprocamente, possibilitando, com baixo custo, o acesso ao mercado de consumo.

O que é preciso fazer? Treinamento? Ampliar os argumentos dos vendedores? Enumerar as vantagens? O que mais?

O sistema de consórcios tem se consolidado ao longo de mais de 50 anos de existência como alternativa viável, segura e de baixo custo na aquisição de bens.

Como dito anteriormente, as montadoras, revendedores e administradoras de consórcios que atuam no setor de motos têm participação fundamental na divulgação do mecanismo como opção inteligente para quem quer adquirir um bem parceladamente.

Tanto treinamento como materiais de divulgação são necessários para uma futura venda de qualidade. Além disso, é fundamental assegurar transparência, informações sobre o produto e adequação aos interesses do consumidor para a conquista de bons resultados.

Consórcio é uma modalidade de aquisição de um bem parceladamente e baixo custo, o que já o diferencia dos demais mecanismos, principalmente quando se compara na ponta do lápis.

Por se tratar de autofinanciamento com variação de datas para entrega do bem, em razão das contemplações que ocorrem mensalmente por sorteio ou por lance, os consórcios destinam-se às pessoas físicas ou jurídicas que não têm pressa em receber sua motocicleta.

Assim, com um planejamento financeiro ajustado, o consumidor pode se tornar um consorciado e se programar, com custos mais reduzidos em relação a outras modalidades de compra parcelada.

Com a crise nas vendas de motocicletas, por causa da falta de financiamentos, como o consórcio pode facilitar a vida dos concessionários?

O consórcio pode ser, sem dúvida, uma excelente ferramenta na estratégia de vendas de uma revenda.

Se a filosofia comercial incluir a venda de cotas de consórcios como parcela dos negócios, certamente o potencial de vendas futuras se tornará real com as contemplações dos consorciados.

Assim, nos momentos de crise, o consórcio é capaz de demonstrar a sua importância nos resultados do concessionário, na medida em que assegura a continuidade de vendas, e ainda conquitas a fidelização do cliente.

Em sua opinião, existe vantagem do consórcio sobre o financiamento bancário? Quais?

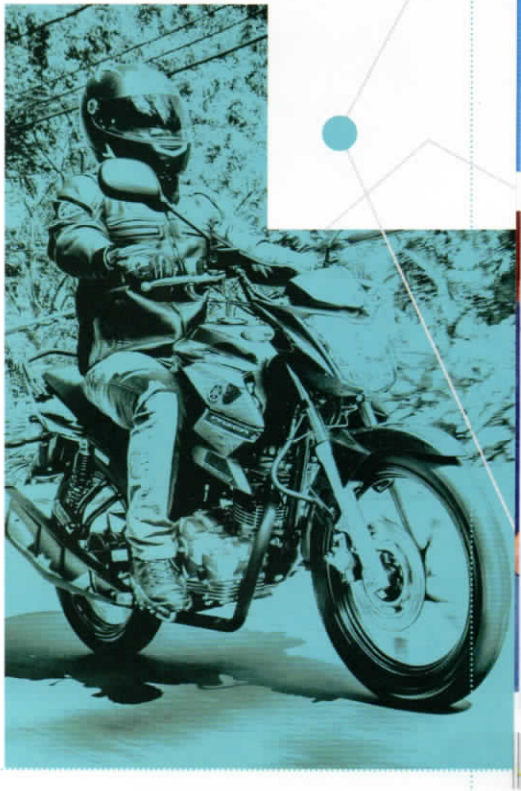
A diferença principal está na necessidade imediata ou não do bem. Se não há pressa, o comprador pode esperar. Então o consórcio pode ser a forma planejada de aquiri-lo, com custo menor.

Pesquisa realizada em 2012 pela Quorum Brasil, a pedido da ABAC, mostrou que o perfil do consorciado difere de segmento para segmento.

No caso do consórcio de motos, por exemplo, observa-se que a maior presença foi a da classe B, em 45%. Logo em seguida, vem a classe C com 40%.

Apesar da maior presença masculina, 64%, as mulheres detêm pouco mais de um terço da participação com 36%.

Uma característica é básica para todos os participantes: quem adere ao consórcio planeja a aquisição de bem, seja moto seja outro qualquer, ou mesmo serviço, sem necessidade imediata, pagando parcelas pequenas, baixo custo final, poupando de forma programada e objetiva.

Como é o relacionamento da ABAC com a Abracy e a Rede Yamaha?

As relações entre as entidades são muito boas, mas podem melhorar ainda mais. Entendemos que podemos incrementar mais ações junto à Rede, estimulando a utilização do consórcio como um meio importante para ampliação de vendas, fidelização de clientes, melhoria na rentabilidade da revenda, fixação da equipe de vendas e valorização do negócio.