

31/03/2015 às 05h00

Administradoras de consórcio lançam novas estratégias para elevar vendas

Por Simone Cavalcanti | Para o Valor, de São Paulo

Compartilhar: [f](#) [t](#) [in](#) [g+](#)

As administradoras de consórcio estão colocando em prática este ano novas estratégias para alavancar as vendas e ampliar o número de cotas, que caíram 8% em 2014. Pesquisa informal feita pela **Associação Brasileira das Administradoras de Consórcio (Abac)** mostra que as empresas devem alongar os prazos, investir em capacitação dos funcionários nos pontos de venda além focar em nichos e buscar parcerias.

Na avaliação do presidente-executivo da Abac, Paulo Roberto Rossi, a elevação das taxas de juros aliada à maior seletividade na concessão do crédito ao consumidor favorecem os consórcios em comparação aos financiamentos tradicionais. Ao mesmo tempo, diz, com os índices de confiança em baixa, o consumidor fica mais assustado e costuma se retrair. O executivo evita estimar um percentual de expansão do setor.

Com número recorde de 6,18 milhões de participantes e um volume que chega a R\$ 150,6 bilhões em ativos administrados, o segmento vem diversificando o portfólio e hoje é possível encontrar, inclusive, consórcios para viagens, reformas ou cirurgias plásticas. Mas a aposta mais forte é mesmo nos automóveis.

“O que preocupa é a aceleração da taxa de desemprego. Neste ano vamos focar nossa força de vendas no segmento premium”, diz Luiz Fernando Savian, diretor da Unifisa, que administra os consórcios da Audi, Bombardier e Troller. “Nesse nicho não tem crise”, diz, ressaltando que há procura por cotas para carros no valor de até R\$ 200 mil.

Dessa forma, a empresa espera elevar em pelo menos 10% as vendas de cotas para automóveis em relação a 2014, somando R\$ 60 milhões mensais. Para a modalidade de imóveis, que representa 55% da carteira total, a previsão de Savian é de estabilidade, principalmente pelo desaquecimento do mercado imobiliário.

O consórcio Rodobens, tradicionalmente focado no mercado automotivo, está investindo em treinamento de seus representantes de vendas, com vídeos e apostilas que ajudem na argumentação sobre a segurança do consórcio na conjuntura econômica atual. “Neste momento temos de ser mais agressivos na venda e conseguir crescer 10% sobre o ano passado”, diz o diretor Ronald Macedo Torres. Ele lembra que não houve expansão em 2014, quando o valor das cotas vendido somou R\$ 3 bilhões.

Já a Embracon está aumentando sua capilaridade na intenção de elevar as vendas, principalmente de veículos uma vez que tem parcerias na administração dos consórcios de montadoras como Nissan, Renault, Mitsubishi e Cherry. No primeiro trimestre deste ano, inaugurou 23 filiais em vários Estados, entre eles, Rio de Janeiro, Espírito Santo e Bahia.

De acordo com o diretor de vendas, Rogério Dutra Pereira, com as 124 unidades e um cenário econômico que favorece a busca pelos consórcios, a empresa projeta aumento de 19% em seu faturamento em relação ao ano passado.

Enquanto outras administradoras investem nas vendas de cotas para carros, a Caixa Consórcios mantém a tradição e espera que a queda dos preços e os estoques mais elevados no setor da construção civil aqueçam a demanda pela modalidade de imóveis. Tradicional no ramo, a Caixa tem 85% de sua carteira voltada para esse fim. Contando com os 15% dos consórcios de veículos contabiliza R\$ 13 bilhões em crédito vendido para 140 mil participantes.

O diretor Mauricio Maciel da Rocha diz acreditar que a conjuntura vai favorecer a expansão de sua carteira imobiliária que tem tíquete médio de R\$ 200 mil. No entanto, não crava percentual de crescimento para o ano. “Vamos crescer o mesmo que o mercado”, diz, ressaltando que, em janeiro, foram vendidas 7% a mais de cartas de crédito do que em igual período de 2014.

Segundo ele, o grupo de consórcios de imóveis vai de 10 a 15 anos e, conforme vai amadurecendo, o esforço para expandir a carteira é sempre maior. “Ainda assim acredito que o ano será favorável.”

Na contramão da maior parte do mercado, a Bradesco Consórcios tem expandido as vendas de cotas. Com 1,08 milhão de participantes e R\$ 43 bilhões em ativos, a administradora quer vender entre 13% e 15% em novas cotas, elevando o volume de consorciados em 15%. O diretor Mauricio Gomes Maciel credita o bom desempenho ao que classifica como amadurecimento do consumidor, que já olha para o produto como uma forma de consumo responsável, uma poupança programada com finalidade definida.

Mas não é só isso. Enquanto o segmento amargava retração nas vendas de novas cotas no ano passado, a Bradesco Consórcios as ampliou em 14,7%. Maciel conta que o segredo está na capilaridade: são 8.140 pontos de atendimento no país, o que contribuiu também para que a administradora seja líder no mercado nas modalidades automóvel, caminhões e imóveis — neste último caso à frente até da Caixa.

Na avaliação do executivo, apesar de o momento de elevação das taxas de juros seja vantajoso para o negócio, o consórcio caminha junto com as linhas de financiamento tradicionais.