

CONSÓRCIO, MAIS FORÇA PARA AS VENDAS

Com mais de 50 anos, o sistema de consórcios, tem sua história e origem muito próximas ao segmento automotivo. Aliás, o sistema nasceu, justamente, da necessidade de um grupo de funcionários do Banco do Brasil que, em 1962, queria comprar veículos novos.

Como o crédito era escasso na época, eles se cotizaram financeiramente e, por meio de um sorteio entre os participantes, todos os meses, um dos membros era escolhido para receber o crédito e comprar o bem pretendido.

Hoje, o sistema é responsável por mais de R\$ 58,4 bilhões em volume de créditos comercializados (entre janeiro e dezembro de 2014) destinados ao segmento de veículos automotores, e corresponde a uma boa participação nas vendas. Segundo a Associação Brasileira das Administradoras de Consórcio - ABAC, 17% dos veículos leves emplacados no Brasil, em 2014, foram comercializados através do Consórcio.

O sistema de consórcios conta, hoje, com 189

75.000
CONTEMPLAÇÕES
PREVISTAS
PARA 2015

FORMA GRUPOS
DE 900 PESSOAS
EM ATÉ 3
SEMANAS

Itaú

ABRACAF

CONSÓRCIO
NACIONAL
FIAT

400.000
COTISTAS
ATIVOS

EQUIPE PRÓPRIA E
DEDICADA DO ITAÚ,
COMPOSTA POR
13 PESSOAS



“

Com essa parceria conseguimos criar uma oferta única no mercado brasileiro. Ela irá se transformar de forma crescente em um dos pilares para garantir a sustentação de vendas de veículos 0 km”

Marcelo Nogueira
Itaú Consórcio

administradoras autorizadas a comercializar cotas, especialmente de veículos automotores. Deste total, 5,3% estão ligadas a montadoras e 87,8% têm alguma relação com Concessionárias. “Mais de 90% das cotas comercializadas, ou 5,1 milhões de veículos automotores. Este montante mostra a força que o Sistema tem nos negócios do segmento”, explica Paulo

Rossi, presidente executivo da ABAC.

• Benefícios para a Rede

A história mostrou que o setor da distribuição automotiva e o sistema de consórcios sempre andaram lado a lado. Isso se deu pelo grande potencial de negócios, para a Rede, gerado pelo sistema. Segundo a ABAC, o consórcio é um produto que atrai cada vez mais clientes para as Concessionárias, e o empresário tem a oportunidade de ganhar tanto com a venda da cota,

como na venda do veículo, após a contemplação.

O Consórcio Nacional Fiat, resultado da parceria entre a ABRACAF e a Itaú Consórcio, inova ao criar uma rentabilidade adicional para as Concessionárias que comercializarem o produto. Por esse processo, parte da rentabilidade (crescente conforme o aumento do volume de vendas), relativa ao período de julho de um ano até junho do ano subsequente, fica retida e, no mês de dezembro é distribuída às Concessionárias participantes. "Esse mecanismo lembra muito a distribuição de resultados de uma empresa comercial e constitui-se numa sempre bem-vinda injeção de caixa, numa época que as Concessionárias tem grandes compromissos financeiros, como o

pagamento do 13º, por exemplo", salienta Guido Viviani, presidente da ABRACAF, sob cuja gestão o acordo que recriou o Consórcio Nacional Fiat foi celebrado.

● **Poder de compra para consumidor... e de venda para as Redes**

Flávio Meneghetti, presidente da Comissão de Parceiras da ABRACAF que, junto com seu antecessor Luiz Romero Farias, comandou todo o processo de estudos e as negociações que culminaram no Acordo com a Itaú Consórcio, comentou que "O sistema de consórcio vem, ao longo dos últimos anos se tornando uma ferramenta cada vez mais utilizada para permitir a aquisição de bens e serviços de forma programada e sem juros, constituindo-se, também, numa forma de promover a poupança das pessoas. Além disso, proporciona o acesso de um grande volume de pessoas a um mercado que, de outra forma, lhes seria muito restrito."



A Rede Fiat não podia ficar de fora do consórcio, já que contribui significativamente para melhoria do caixa e da rentabilidade da Rede."

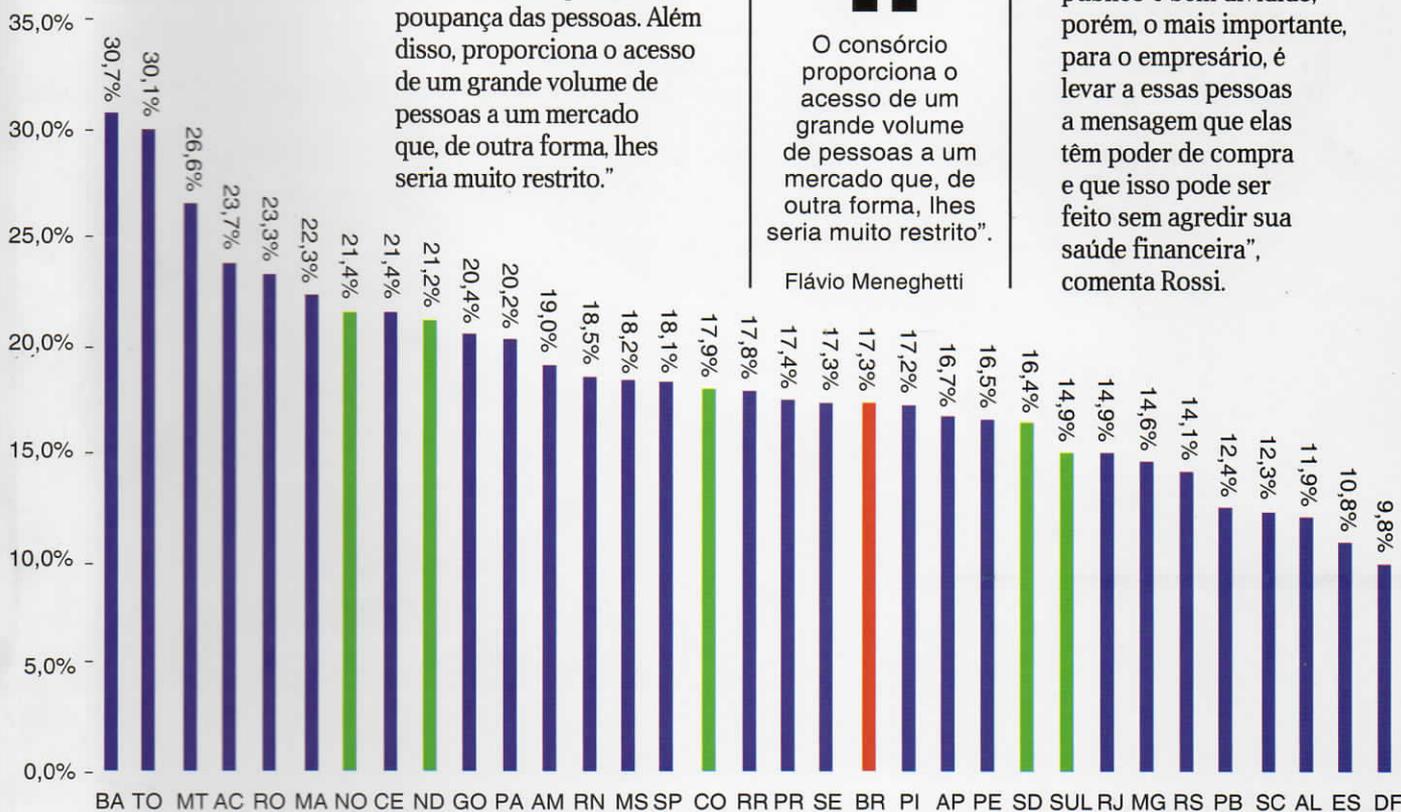
Guido Viviani



O consórcio proporciona o acesso de um grande volume de pessoas a um mercado que, de outra forma, lhes seria muito restrito".

Flávio Meneghetti

Uma pesquisa encomendada pela ABAC à Quórum Brasil demonstrou que 52% das vendas de consórcio, realizadas em 2014, foram feitas a consumidores da Classe C (pessoas que ganham entre 4 e 10 salários mínimos). Ainda segundo a pesquisa, em termos de "classe" o perfil do consumidor de consórcio hoje é formado por pessoas integrantes da "C", seguido pela "B" (23%) e "D" (22%). Em sua maioria (64% dos consorciados) são homens casados, que possuem mais de 50 anos (30%). A parcela de pessoas mais jovens, entre 30 e 39 anos representou 27% dos que responderam à pesquisa, seguidos das pessoas que têm entre 40 e 49 anos (24%). "O público é bem dividido, porém, o mais importante, para o empresário, é levar a essas pessoas a mensagem que elas têm poder de compra e que isso pode ser feito sem agredir sua saúde financeira", comenta Rossi.



PARTICIPAÇÃO DOS CONSÓRCIOS NAS VENDAS DE VEÍCULOS LEVES NACIONAL 2014