

No meio do “caos automotivo”, só a jabuticaba salva!

A esperança do setor automotivo está no consórcio.

Avaliação da notícia:

Facebook (1K)

Twitter

Excelente

Por |16h30 | 07-05-2015

A A A

Raphael

Galante

O produto **consórcio** – a nossa jabuticaba – nunca esteve tão em foco, ultimamente. Na semana passada, foi firmado um acordo operacional entre três principais associações que atuam no setor



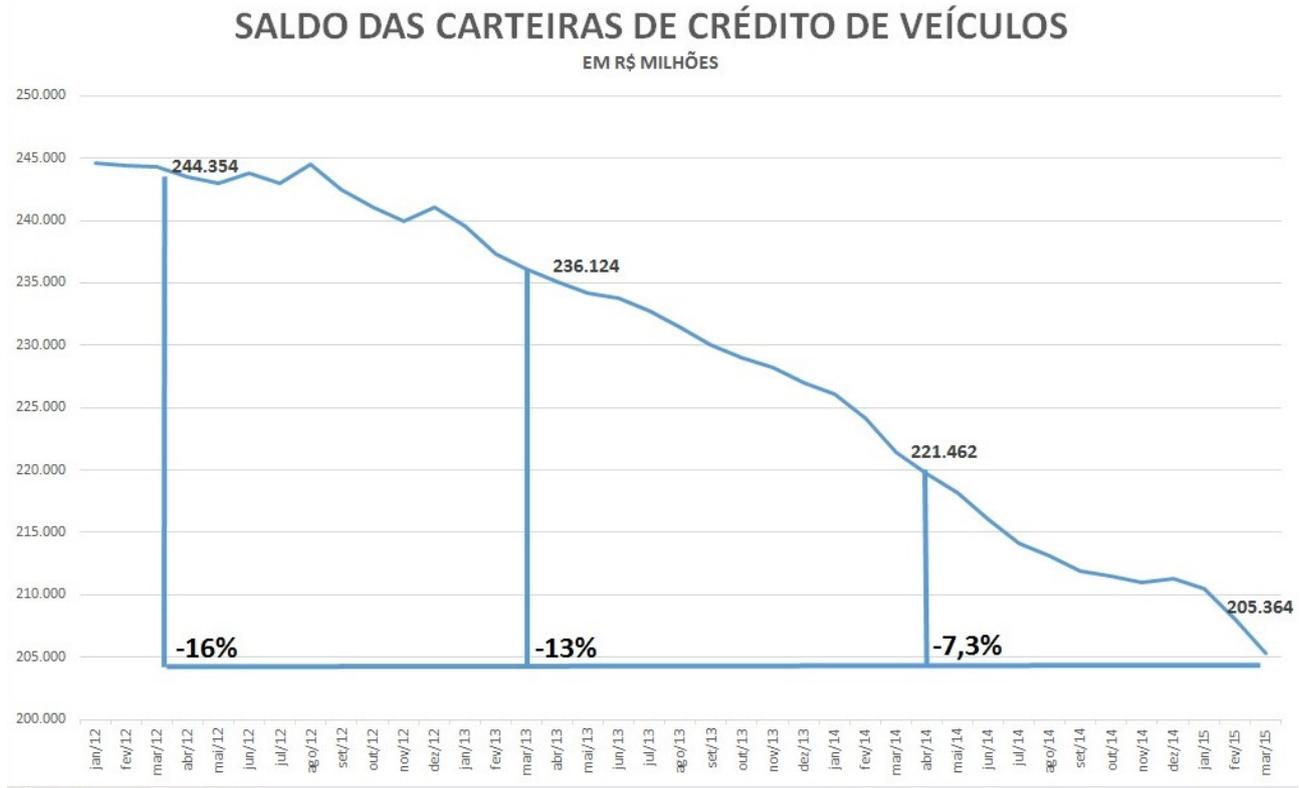
automotivo: **ANFAVEA** (fabricantes), **FENABRAVE** (concessionárias de veículos) e **ABAC** (administradoras de consórcios). O intuito delas é fazer com que o consorciado contemplado adquira um veículo.

Mas, afinal de contas, o que está acontecendo com o setor automotivo e porquê o interesse na nossa jabuticaba?

O que notamos é que o sistema bancário, mês após mês, vem se retirando da operação “financiamento de veículos”. Os dados que coletamos junto ao **Banco Central** mostram isso.

Segundo o BC, os saldos das carteiras de **crédito** para **financiamento** de veículos em março deste ano, eram de R\$ 205 bilhões, o que representava um volume 7,3% a menor do que há 12 meses atrás (R\$ 221 bilhões) ou -13% sobre a posição de 24 meses atrás (R\$ 236 bilhões), ou ainda queda de 16% sobre os dados de 36 meses atrás (R\$ 244 bilhões).

Em resumo, os saldos das carteiras de crédito estão em queda há mais de três anos, conforme gráfico abaixo:



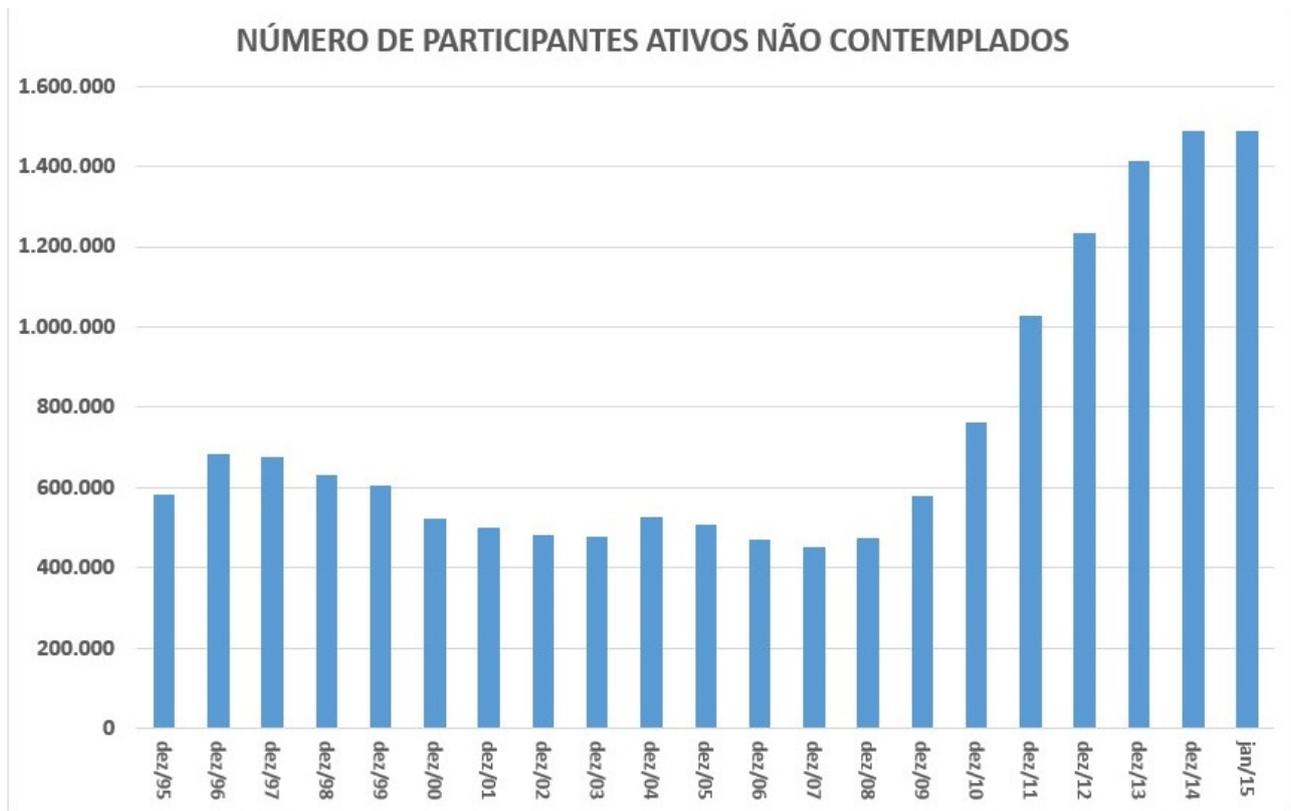
O que vislumbramos é que, desde a grande **crise** financeira de 2008/2009 (a nossa “marolinha”), o sistema financeiro deu um corte na oferta de crédito de veículos (talvez já vislumbrando um cenário negativo à frente). Neste contexto, o sistema de **consórcios** – no tocante ao segmento de veículos leves – deu um salto enorme!

Quando pegamos o histórico do setor nos últimos 20 anos, nota-se que o período de 2001 até 2008 foi crítico para o setor. Somente a partir de 2009 que o sistema entrou numa curva ascendente.

Mas o que foi que aconteceu? Aconteceu que, já a partir de 2008/2009, o crédito para veículos vinha mês após mês ficando mais restritivo. Ainda havia crédito, mas não aquela “farra” como nos anos anteriores. O crédito ficou mais “seletivo”. Além disso, o boom do sistema de consórcios deu-se com o empenho de algumas administradoras que aproveitaram o momento para alavancar o produto (o destaque aqui vai para o pessoal do Bradesco, GM e VW).

Ou seja, as administradoras de consórcios (sejam elas ligadas a montadoras ou a instituições financeiras), começaram a **POUPAR CLIENTES!**

Além disso, os consumidores ficaram mais responsáveis. Eles pararam; analisaram; fizeram conta e começaram a programar a troca do seu veículos (a tal da “Educação Financeira”).



E porquê algumas entidades como a FENABRAVE e **ANFAVEA** se uniram em prol de dar um destaque ao sistema de consórcios? Bem... segundo o Banco Central, em janeiro deste ano existiam mais de 223 mil consorciados contemplados que ainda não utilizaram o seu crédito.

Resumo: **EXISTEM MAIS DE 223 MIL CLIENTES COM DINHEIRO NA MÃO, PARA COMPRAR UM CARRO, MAS QUE AINDA NÃO FIZERAM A COMPRA!**

Meu amigo(a), se você é um deles, você passou a ser o "BFF" das montadoras ou do concessionário da sua região. Talvez você não queira comprar um carro. Mas, no atual momento de quedas acentuadas nas vendas, pressão sobre as margens e com dinheiro na mão para comprar à vista, a probabilidade de você fazer um excelente negócio é grande.

Para o setor automotivo (fabricantes e concessionárias) chegou o momento de olhar outros setores da cadeia automotiva. Como dissemos em post anterior, a concessionária de veículos está virando concessionária de serviços (leia aqui). Comentou-se no setor (nesta semana), sobre o fechamento de mais de 250 concessionárias e de mais de 10 mil postos de trabalhos. Além disso, algumas fábricas estão dando férias coletivas, abriam PDV e nem reza brava vai ajudar esse povo.

O sistema de **consórcio** é nosso! Bem ou mal, é a nossa jabuticaba e tem quem goste e quem não goste. Ele já está incorporado à cultura do brasileiro. Tem a sua atratividade e, sabendo-se trabalhar com o produto, consegue-se rentabilizar a sua operação. Chegou o momento das montadoras (e mais ainda as concessionárias) alavancarem este produto, como uma forma de **POUPAR CLIENTES**, gerar fluxo de clientes para as concessionárias/marcas e alavancar receitas com o "I"

do "F&I". Vai resolver o curto prazo? Lógico que não! Mas vai garantir uma poupança lá frente e, talvez se tivéssemos feito o nosso trabalho de casa lá atrás, as mais de 250 concessionárias e 10 mil postos de trabalhos não teriam sido fechados...

Você deve estar pensando que eu não bato bem da cabeça? Bem... é meia verdade! Mas vamos exemplificar.

Vou usar como exemplo a nossa aberração (no EXCELENTE SENTIDO) mercadológica que é a **Honda** motos.

A Honda motos, na média dos últimos trinta anos, teve uma participação de mercado de "apenas" 80%. Qual marca se mantém na liderança por trinta anos com Share de 80%? Mas, vamos lá:

A Honda, em 2014, vendeu 1,16 milhão de motos e possui na base da sua administradora (apenas a administradora ligada a montadora) um total de 2,22 milhões de consorciados. Neste trimestre, o volume mensal de vendas de motocicletas da Honda é de 96 mil motos/mês. Ela tem na sua base, algo próximo a 850 mil consorciados que ainda não foram contemplados ou quase 9 meses de vendas garantido. Isso sem contar as outras administradoras de consórcios que vendem produto Honda. A Honda fez a sua lição de casa, lá atrás, e hoje desfruta de um Share de "módicos" 80% ao longo dos últimos trinta anos.

Sabe quando a Honda vai perder a liderança do mercado de motos? NUNCA! Salvo apenas se acontecer uma hecatombe lá na zona franca...