



# CONSÓRCIO É ALIADO PARA AMPLIAÇÃO DE VENDAS

**O Sistema de Consórcios, regulamentado pelo Banco Central, é um grande aliado para toda a cadeia automotiva, especialmente neste período de baixa nas vendas e maior dificuldade na aprovação de crédito para financiamentos. Para o Concessionário, além de formar uma carteira futura de clientes, pode comercializar veículos com pagamento a vista, por meio das cartas de crédito dos consorciados contemplados.**

**N**a matéria de capa da edição 52 da Revista Dealer, mostramos que o setor automotivo e o Sistema de Consórcios sempre andaram lado a lado na história. Na verdade, o consórcio teve início, justamente, com a intenção de um grupo de funcionários do Banco do Brasil, em comprar veículos zero km. Este grupo de pessoas se cotizou financeiramente e, por meio de um sorteio entre eles, todos os meses o valor arrecadado era usado para a compra do veículo.

Alguns termos da época são comuns no Sistema até hoje. “Grupos, cotização, sorteio”... Atualmente, essas são palavras comuns para se falar de um sistema que, depois de 50 anos de operação no Brasil, já possui mais de 6,40 milhões de consorciados no total de clientes ativos. Destes, 5,62 milhões são clientes de veículos leves, pesados e motocicletas. “Mês após mês, ao acompanhar o comportamento do cenário nacional, com inflação persistente e juros cada vez mais altos, o consumidor passou a analisar melhor as alternativas existentes e verificar

como adquirir bens ou contratar serviços por custos menores. Por isso, muitos têm preferido os consórcios”, explica Paulo Roberto Rossi, presidente executivo da ABAC - Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios.

De acordo com a entidade, em seu último balanço divulgado, o indicador de participação dos consórcios no total de valores disponibilizados para compra de veículos, fechou os três primeiros meses deste ano (janeiro a março) com R\$ 8,84 bilhões. Isso representa 26% de participação sobre o volume geral de R\$ 32,47 bilhões, segundo dados do Banco Central, recentemente atualizados. Na comparação com o mesmo período de 2014, houve aumento de 3,7 pontos percentuais.

Nos quatro primeiros meses deste ano, o setor de veículos leves, que reúne automóveis, camionetas e utilitários, registrou crescimento de mais de 10% no total de participantes ativos. Ao registrar potencial participação das contemplações em 23,7% nas vendas do mercado interno, os consórcios disponibilizaram créditos de, aproximadamente, R\$ 7 bilhões para os diversos elos da cadeia produtiva do setor automobilístico.

Consciente da essência da educação financeira, com planejamento e adequação ao orçamento pessoal ou familiar, o consumidor tem analisado, também, a relação entre valor e tempo do comprometimento mensal. “Ao agir desta forma, e já antevendo a recuperação econômica que acontecerá a médio prazo, o consumidor prepara-se para realizar o sonho da aquisição de qualquer bem móvel ou imóvel, como o veículo automotor, com custos mais baixos”, diz Rossi. “O consórcio nada mais é que uma forma de poupança com objetivo definido, que propicia a constituição ou ampliação do patrimônio pessoal, familiar e empresarial”, destaca.



**Paulo Roberto Rossi, presidente executivo da ABAC - Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios, Luis Moan, presidente da ANFAVEA, e Alarico Assumpção Jr, presidente da Fenabrve.**

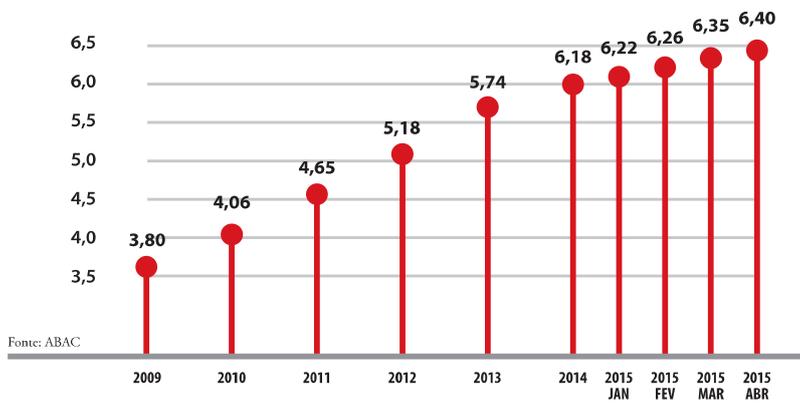


**Festival do Consorciado Contemplado** – Em iniciativa pioneira na história do setor automotivo, a Fenabrave, a ABAC – Associação Brasileira das Administradoras de Consórcios e a Anfavea – Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores, assinaram um termo de entendimento para a criação do Festival do Consorciado Contemplado. A iniciativa contou, também, com a participação da ABRACICLO e da ANFIR no projeto.

Trata-se de uma ação conjunta, que foi realizada entre os dias 1º de maio e 15 de junho deste ano, e teve, por objetivo, oferecer oportunidades exclusivas para os mais de 240 mil consorciados contemplados, e que ainda não utilizaram seus créditos. A intenção desta campanha foi estimular estes potenciais clientes a utilizarem estes recursos para a aquisição de um novo veículo e não deixar o crédito retido nas aplicações financeiras do Grupo. “O Festival do Consorciado Contemplado já conta com a parceria de 20 montadoras de automóveis, comerciais leves, caminhões, ônibus, motocicletas e implementos rodoviários, e suas respectivas Associações de Marcas. Este projeto, certamente, poderá ser estendido a todas as mais de 8 mil concessionárias de todo o Brasil para a geração de cada vez mais negócios”, comenta o presidente da Fenabrave, Alarico Assumpção Jr, complementado que “esta foi uma ótima oportunidade para atrairmos estes clientes às nossas casas, oferecendo condições comerciais e atendimento diferenciados para que, com isso, fomentemos mais negócios, especialmente em um momento de dificuldades de mercado”.

Durante uma mesa redonda, promovida pela TV Fenabrave, para informar à Rede quais eram os objetivos da campanha, estavam reunidos o

## Sistema de Consórcios Participantes ativos – 2009 a 2014 e 1015



presidente executivo da ABAC, Paulo Roberto Rossi, o diretor para assuntos institucionais da Anfavea, Fred Carvalho e o diretor setorial da Fenabrave, Marcelo Franciulli. Na oportunidade, Fred Carvalho comentou que o Festival do Consorciado Contemplado foi uma chance de estimular aqueles clientes a irem à concessionária negociar o novo veículo. “Cada marca foi responsável por criar ações específicas para o Festival. Seja na forma de desconto, brindes ou outras vantagens que estimulassem o consorciado contemplado a usar sua cota”, detalha.

“O cliente, além de comprar o veículo à vista, ainda estimula a concorrência entre as marcas. Ele tem dinheiro na mão para comprar. Estendam o tapete vermelho para eles”, pontua Franciulli, da Fenabrave. Paulo Rossi, da ABAC, completa, dizendo que, certamente, esta campanha se transformará em uma ação permanente, graças à boa aceitação das marcas participantes do Festival. “Provavelmente, no final do ano, podemos repetir a campanha”, comenta. ■