



Análise pontual com a Fábrica

Ainda no período da tarde, os presidentes e vice-presidentes de UNI's, alguns vice-presidentes da Diretoria, além dos seis gerentes regionais e dos executivos da Assobrav, trataram de questões estratégicas e operacionais, validando o que foi debatido nas reuniões de UNI's em todo o País na presença de Jorge Portugal, vice-presidente de Vendas e Marketing da Montadora, de Décio Carbonari, presidente do Banco VW demais executivos de ambas organizações.

CONSÓR

Pesquisa mostra que a maioria dos consorciados avalia a modalidade como um bom investimento e aponta as oportunidades para as concessionárias nesse mercado.

Quem acompanhou de perto a economia em 2015 já poderia prever os desafios que viriam. Porém, na contramão das previsões, o consórcio registrou crescimento de 13,9% em negócios realizados no último ano e, em 2016, acumulou mais de sete milhões de consorciados ativos. Mas, quem são esses investidores? De acordo com a última pesquisa divulgada pela Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (ABAC), por intermédio da Quorum Brasil, o perfil do consorciado aponta para um consumidor com mais de 30 anos, casado, e pertencente às classes C e B. O estudo se baseia nos dados de 2015 e teve a participação de 1.400 entrevistados, sendo 1.100 consorciados e 300 potenciais investidores, de oito cidades: São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Fortaleza, Salvador, Goiânia e Belém. Entre os participantes ativos consultados, 60% são do sexo masculino, 83% estão acima dos 30 anos e 72% são casados. A maioria (44%) pertence à classe C, com renda familiar entre quatro e 10 salários mínimos, seguindo o critério do IBGE. Para Paulo Rossi, presidente executivo da ABAC, essa participação

Em Minas, outra grande reunião

Os concessionários de Minas Gerais se reuniram em Belo Horizonte dia 19 de abril. Apesar das grandes distâncias, a Rede Mineira compareceu em peso. A sala do hotel Quality ficou lotada e mais cadeiras foram necessárias para acomodar todos os empresários que chegaram ao longo da manhã. A reunião foi extremamente produtiva. A Rede participou ativamente, questionando os executivos da Assobrav e da Montadora sobre assuntos estratégicos e operacionais.



CIO: sinônimo de bom negócio

poderia ser ainda mais expressiva. "Ela só não é maior em razão da migração de parte deles para as classes B e D", avalia.

Olhando os dados mais atentamente, chama a atenção o crescimento da participação das classes A e B no consórcio. Se em 2013, ambas somavam participação de 26%, em 2015 esse índice cresceu para 33%, impulsionado principalmente pela classe A, que saltou de 3% para 7%.

Outro dado importante que deve ser observado é o aumento da presença dos consorciados nas redes sociais. Hoje, 86% estão nelas, principalmente no Whatsapp (77%) e Facebook (62%). Esse dado reflete que os consorciados (ativos ou potenciais) estão se informando pela internet e, aqueles que seguirem essa tendência, terão resultados melhores.

Como eles veem o consórcio

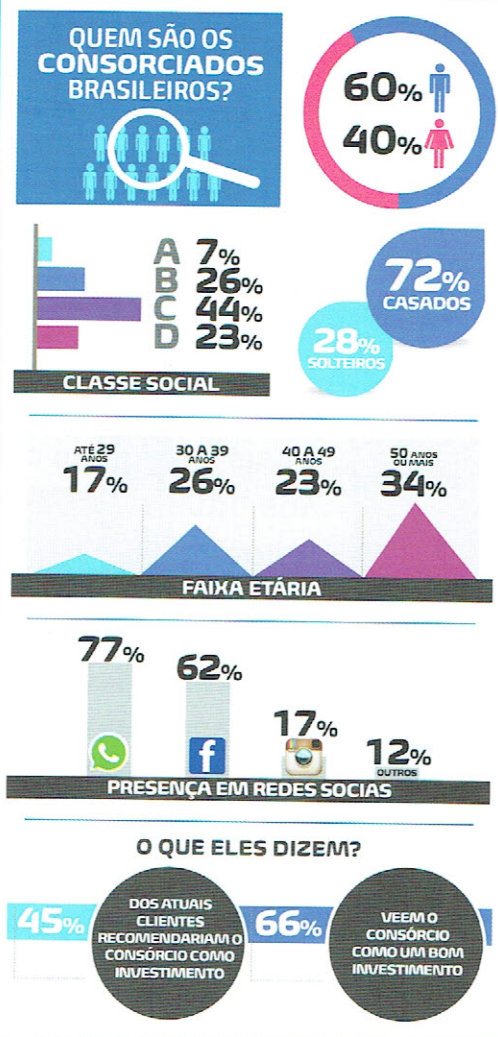
O aumento do número de consorciados e os dados da pesquisa confirmam que os consumidores estão mais atentos e conscientes, administrando melhor suas finanças pessoais. Esse comportamento mais maduro fica claro quando 69% dos consorciados ativos entrevistados confirmam que planejaram a compra da cota. Em comparação com pesquisas anteriores, o consórcio também ganhou peso como investimento para o futuro. Se em 2013, ele era visto pela maioria (51%) apenas como meio de aquisição, agora, 60% dos entrevistados percebem a modalidade como forma de investimento, reforçando o perfil do consorciado como planejador.

Agora é que são "elas"

As mulheres sempre foram hábeis na administração dos recursos e nas decisões familiares, mas estão ainda mais atuantes e engajadas nas finanças. Os dados da Quorum evidenciaram um crescimento da presença feminina no consórcio, passando de 36% (2013) para 40%. Esse aumento pode ser explicado pelo baixo risco de investimento que o consórcio oferece, fator determinante para as mulheres, e pelo crescimento da renda feminina. Para elas, houve aumento de 5,3%, enquanto para os homens, a receita caiu em 0,2%, segundo os dados mais recentes do IBGE.

Bom negócio também para quem vende

Com consumidores mais engajados e interessados na compra planejada, não há dúvidas de que a modalidade tem muito potencial a ser explorado pelas concessionárias. É a oportunidade da vez para vender, fidelizar e aumentar a carteira de clientes. Entre os consorciados ativos do segmento de automóveis entrevistados pela Quorum, 95% já retiraram o bem, transformando a carta de crédito em um novo veículo. O estudo apontou ainda que 67% aceitariam um contato para falar sobre um novo consórcio. De olho nessas oportunidades e para identificar as tendências do setor, a pesquisa entrevistou também 300 potenciais consorciados, a maioria da classe C (53%). Desses, 45% revelaram que querem investir em um novo automóvel, principalmente por meio do consórcio (62,5%). Para a Diretora de Vendas e Marketing da Disal Consórcio, Luciana Precaro, é o momento de os concessionários aproveitarem esse potencial para gerar rentabilidade.



"O consumidor está mais consciente na hora de investir, analisando as melhores oportunidades para compra ou troca do veículo, e o consórcio surge então como a saída segura e planejada. Já para os concessionários, ele é a oportunidade de geração de carteira futura, ampliando o número de clientes que poderão tirar o veículo dentro da concessionária que vendeu a cota." Dados do Banco Central de fevereiro mostram que há mais de 1,4 milhão de consorciados não contemplados que estão poupando para comprar seu veículo, ou seja, são potenciais consumidores para o setor automotivo em médio e longo prazo.

"Com base nesses dados, fica claro que é o momento de apostar no departamento de consórcio nas concessionárias. Temos sócios da Disal que já reconhecem isso, investiram na força de vendas e hoje colhem os frutos, saindo na frente", ressalta Precaro.