

Consórcio planejado se torna investimento próspero



[Clique aqui para abrir a imagem](#)

Sistema de **consórcios** apoia compra de bens e até mesmo garante um plano de aposentadoria através do mercado imobiliário

Em meio a oscilações da economia, há um cenário de incertezas em relação a compra de bens, comprometimento do cartão de crédito e, principalmente, como realizar alguns dos sonhos que as pessoas tanto desejam. Devido a falta de conhecimento específico de algumas soluções financeiras, a maioria dos consumidores não consegue enxergar sozinho um mundo de possibilidades que está à sua volta. Esse é o caso do sistema de **consórcios**, que ano após ano vem conquistando um aculturamento maior por parte da população, que hoje já adquire cartas de crédito não somente para a compra de moto, carro, casa e viagens, mas também para a geração de patrimônio.

Segundo André Duarte, Diretor Geral do **Consórcio** Lojacorr e especialista em finanças estratégicas, essa é a realidade dos inúmeros benefícios que o **consórcio** traz. 'No **consórcio** há muito mais opções para apoiar as pessoas em planejamento financeiro, investimento próspero, fonte de receita passiva ou até mesmo um

plano de aposentadoria. Aumenta o período de relacionamento com o cliente, contribui na realização de sonhos e conquistas, é um negócio seguro e rentável e não deve ser considerado como um gasto e sim, um investimento", explica.

Duarte também frisa que o **consórcio** é um sistema democrático, pois possui linhas mais acessíveis para compra de motos, serviços e viagens, bem como, possui excelentes opções para grandes investimentos. 'Essa abordagem democrática torna o **consórcio** uma opção inclusiva, permitindo que pessoas com diferentes níveis de renda e objetivos financeiros diversos possam planejar suas finanças de acordo com suas possibilidades e realizar seus projetos de forma equitativa', afirma.

Além de ter esse aumento de demanda devido a todos esses benefícios atrativos, o crescimento do **consórcio** no Brasil é também devido ao diferencial de ter o corretor orientando e dando suporte à população, explica André Duarte. 'Uma das estratégias adotadas, inclusive dentro da própria Lojacorr **Consórcios**, que já vem de uma trajetória consolidada em seu modelo anterior, é a realização do esforço conjunto com corretores de seguros para orientar e dar suporte à população e atender seus segurados de forma ainda mais completa, oferecendo soluções financeiras acessíveis e oportunidades para que as pessoas realizem seus sonhos e construam seu patrimônio de forma planejada', explica.

Case do **consórcio**

Eduardo Ferrari da Up4 Corporate Corretora de Seguros cita que a crise econômica foi um impulsionador da oferta. O produto pode ser utilizado de forma bastante flexível pelo consorciado, protegendo de altos juros e favorecendo-o com rentabilidades, ainda reservando ao consorciado poder participar ativamente do mercado imobiliário tanto em cenários de baixa como de alta. 'Porém talvez mais importante que o efeito crise vem a oferta e aculturamento', diz

O fator diferencial está na aceitação do produto como um gerador de lucro ao cliente e não mais uma despesa. 'Conseguimos identificar no produto uma série de fatores que combinados podem ser mais uma forma de diversificação de investimentos. Um investimento inicial para quem não tem muito controle sobre aplicações e até mesmo um plano de aposentadoria através do mercado imobiliário. O importante é fazer o cliente entender que o **consórcio** é mais do que simplesmente uma ferramenta realizadora de conquistas materiais. Uma carta de crédito bem planejada pode se tornar um investimento favorável', esclarece o corretor que hoje possui vendas recorrentes em **consórcio** e sua principal atuação é no **consórcio** de imóveis.

A recorrência mensal de vendas vem principalmente da manutenção da oferta. 'Nosso projeto inicial era vender para a própria base de segurados. Porém, a abordagem está praticamente inversa. A prática da oferta e os argumentos corretos trazem muita tranquilidade para ofertar o produto a não clientes, agregando valor e, posteriormente, incluindo através de outros produtos também esse cliente para nossa base', acrescenta.

Eduardo Ferrari da Up4 Corporate Corretora de Seguros

Blindagem da carteira

Por outro lado, Rodolfo Montosa, presidente nacional do conselho da **ABAC** - Associação Brasileira de Administradoras de **Consórcios** e CEO da BR **Consórcios**, de quem a Lojacorr é sócia, há uma estatística de que o cliente convencional de seguros tem um tempo de relacionamento com a corretora entre 1 ou 2 anos. Já com o **consórcio**, este tempo aumenta para 2 a 15 anos, devido às oportunidades de negócios.

Montosa inclui que o acultramento já está auxiliando mais na compreensão dos produtos mais conhecidos e, levando em consideração que a base de clientes de seguros já é consorciada, fica mais acessível vender para esse público. Além disso, segundo ele, a venda de

consórcios novos gera a venda de seguros, e reciprocamente. 'Oferecer **consórcio** para o cliente de seguros e vice-versa blinda a carteira de clientes e gera confiança mútua', diz.

Assuntos e Palavras-Chave: ABAC - ABAC,Consórcio,Consórcios