

EXCLUSIVO: XP entra em consórcio de olho em mais de R\$ 300 bilhões

XP entra em um mercado bilionário e mira ser um dos principais players de consórcio em cinco anos. A estratégia é explorar o nicho da alta renda por meio de planejamento patrimonial com a rede de assessores



Patricia Valle

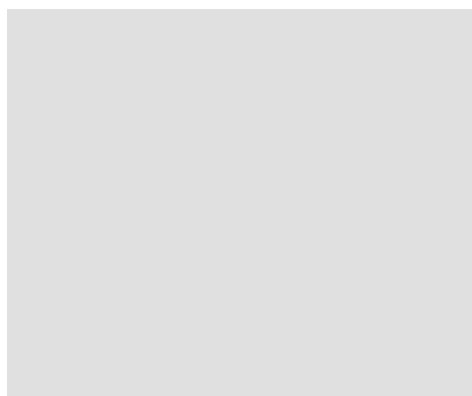
29/04/24 08:00



O faturamento do mercado de consórcios foi de R\$ 315 bilhões no ano passado

O consórcio é um produto financeiro tipicamente brasileiro que, muitas vezes, está ligado apenas às pessoas de renda mais baixa e sem acesso ao crédito tradicional. Mas há várias possibilidades dentro dessa modalidade que podem ser exploradas. É com essa ideia que a **XP Seguros e Previdência** está entrando nesse mercado.

A vertical de consórcios da **XP** terá produtos próprios e também um marketplace. E uma estratégia de conquistar os clientes de alta renda da sua base B2B e B2C com consultoria e foco no planejamento patrimonial.



“Estudamos o produto e enxergamos um nicho inexplorado para a alta renda no qual teríamos um diferencial para sermos competitivos e crescer”, afirma Roberto Teixeira, head da XP Seguros e Previdência, em entrevista ao **NeoFeed**.

A provocação para criar a área de consórcios veio da rede de assessoria. Nos últimos anos, com o mercado de renda variável em baixa e parte dos recursos migrando para títulos bancários, os assessores passaram a oferecer outros serviços financeiros como câmbio e seguros (em parceria com a XP). E, nesse leque, os consórcios eram de marcas de terceiros, ou seja, concorrentes da XP.

Em muitas assessorias, esses outros serviços já correspondem a cerca de **25% das receitas**. “Verificamos com a nossa rede que havia uma oportunidade de complementar a grade de produtos e serviços voltados ao planejamento patrimonial. E havia demanda grande para consórcios”, diz Teixeira.

FIQUE POR DENTRO

- A XP entra com marca própria em imóveis e automóveis
- O marketplace de produtos garantirá opções para todos os tipos de clientes
- 25% das receitas das assessorias estão em outros serviços, como consórcios

Com um faturamento de R\$ 317 bilhões no ano passado, um crescimento de 25,6% sobre o ano anterior, o bilionário mercado de consórcios é regulado pelo Banco Central e teve mais de 10 milhões de participantes ativos em 2023. Os maiores players são os grandes bancos, seguradoras e montadoras de veículos.

A (agora) XP Seguros, Previdência e Consórcio entra com apetite de ser o principal player independente em consórcios em cinco anos. A meta é ambiciosa, mas tem um exemplo dentro de casa. Foi nesse prazo que a vertical de previdência alcançou a sexta posição entre as maiores seguradoras de previdência do Brasil, atrás de grandes bancos como **Brasilprev**, **Bradesco Previdência** e **Itaú Previdência**.

“O consórcio sempre foi visto com maus olhos, produto de varejo e de poupança forçada. A gente quer trabalhar um produto consultivo para planejamento de compra a médio e longo prazo, que pode ser mais indicado que um financiamento a juros altos”, afirma Caio Souza, head da vertical de consórcios da XP.

Meio alternativo ao crédito de adquirir bens de alto valor, os principais produtos de um consórcio são a carta de crédito imobiliária e de automóveis. Mas há modelos para os fins mais variados, como para pagar formaturas, viagens, cursos de graduação e até cirurgias plásticas.



Roberto Teixeira, head da XP Seguros e Previdência, e Caio Souza, head de consórcios da XP

Mas a forma como ele é hoje mais comumente vendido é como uma alternativa a quem quer comprar um bem ou serviço de alto valor e não tem o dinheiro na conta e nem mesmo um bom *score* de crédito para financiá-lo. Ou quem não tem disciplina financeira para poupar ao longo do tempo. Esses são os modelos que a XP quer rebater.

Segundo a XP, há um nicho não explorado no mercado de usar o consórcio como uma alavancagem patrimonial, com os investidores usando parte dos rendimentos para pagamento de uma cota contratada.

Isso é possível pela sofisticação recente que o produto adquiriu, podendo pagar as parcelas reduzidas antes da contemplação da cota, por exemplo. A ideia é explorar esse mercado e suas novas possibilidades, ajudando os assessores de investimento a entenderem o produto e como usá-lo no planejamento de objetivos de médio e longo prazo dos clientes.

“Nosso objetivo é que o cliente não precise resgatar uma aplicação conosco para adquirir um bem desejado ou que ele saia para buscar um financiamento de crédito”, diz Souza. “É possível usar a rentabilidade da carteira para pagar os custos do consórcio e adquirir o bem lá na frente, e não com uma perspectiva curto prazista como os bancos vendem.”

O foco é colocar o consórcio como parte do planejamento patrimonial, mas isso não significa que não haverá produtos voltados para o varejo. A intenção é conseguir abranger todos os tipos de clientes. E, por esse motivo, a vertical começa com várias modalidades na prateleira.

Os produtos com a marca XP em imóvel e automóvel (que pode ser usado para qualquer tipo de transporte, como carros, motos, barcos e aviões) serão em parceria com a CNP Consórcio. E o marketplace de consórcios terá produtos e cotas de parceiros que integram a grade - neste início em parceria com Embracon e Mapfre.

Em paralelo, há o lançamento da plataforma de distribuição de consórcios dentro da plataforma de investimentos. Nesse sentido, a inteligência artificial vai ajudar a oferta a ser mais assertiva para o cliente.

Esse é um mercado que necessita de um balcão robusto, a exemplo de previdência e seguros. Assim como os bancos com suas milhares de agências, a XP também dispõe de uma grande distribuição.

RELACIONADOS

XP Wealth Services chega a R\$ 100 bilhões com crescimento de gestão de fortunas

Segundo a empresa, em um pré-lançamento para saber quais escritórios gostariam de trabalhar com essa plataforma de consórcios, já houve cerca de 70% de adesão.

Itaúsa encerra capítulo XP com a venda total das ações

XP surfa onda da renda fixa e lucro líquido supera R\$ 1 bilhão no trimestre

Com esse crescimento, a área de seguros, previdência e agora também o consórcio vai sendo cada vez mais representativa dentro do grupo - seguros e previdência contribuíram com pouco mais de 30% da receita de varejo da XP em 2023 - alinhado as estratégias de diversificação de receitas da empresa além dos investimentos.

“Nosso *core business* é investimento. Mas temos ampliado para novas áreas e uma das principais é em seguros, pelo alinhamento ao crescimento do *wealth planning*, do qual investimentos é complementar. Além de ser uma fonte de receita estável e que pretende ser cada vez mais representativa dentro do grupo”, diz Teixeira.
