



Motorista ganha segurança no banco

Empresa paulista desenvolve parceria para blindar automóveis

A lógica é dramática. O crescimento da violência está incrementando os negócios de carros blindados no Brasil. Associados a um nicho de elite do mercado, os veículos reforçados passam por novo foco de algumas blindadoras, que tentam torná-los mais acessíveis a uma parcela maior da classe média e de empresários, por meio de financiamentos.

A Guard Blindagens, da capital paulista, fechou no início de setembro uma parceria com o Banco PanAmericano, do Grupo Sílvia Santos, para oferecer financiamento próprio aos seus clientes. "Blindagem não é mais um luxo, a violência está em níveis inaceitáveis e as pessoas querem se sentir mais seguras", pondera Cecília Adelino Pinto, gerente geral de Crédito Direto ao Consumidor (CDC) do PanAmericano. "Mas esse mercado precisa de novas fórmulas. Seus preços são altos e o sistema de financiamento é inibidor".

A praxe é o pagamento ser realizado em duas vezes: metade antes e metade depois do serviço executado pela blindadora. Como o carro é normalmente entregue em 30 dias e considerando que uma blindagem não sai por menos de R\$ 45 mil, o cliente precisa ter disponível uma quantia alta para investir em proteção pessoal, o que torna o produto necessariamente elitizado.

Mas o ingresso de uma financiadora no negócio pode expandir as vendas. O parcelamento proposto pelo PanAmericano será realizado em até 24 vezes, com taxas de juros variáveis entre 1,99% e 2,5% ao mês, dependendo das condições escolhidas – com ou sem entrada, número de meses do financiamento – e pagamentos realizados com cheques pré-datados.

Comitê de análise

O primeiro contato entre empresa e banco foi há cerca de dois meses, após a percepção dos diretores da blindadora que os financiamentos estavam se tornando corriqueiros até mesmo para a venda de carros luxuosos. "Vimos uma pesquisa revelando que de cada dez BMWs vendidos, oito eram financiados", lembra Wanderley Câmara, diretor de marketing do Grupo Guard.

Também contribuiu na análise a recente tendência de ampliação de modelos de veículos que chegam às blindadoras. Os serviços em carros menos luxuosos, como o *Toyota Corolla*, que hoje lidera o ranking de blindagem, estão se ampliando. "Após analisarmos que era viável, entramos em contato com os executivos do PanAmericano, que gostaram da proposta". Firmada a parceria, o banco criou um comitê de quatro pessoas para análise de cadastros de clientes e aprovação de crédito.



>> Wanderley Câmara

Câmara focaliza o financiamento dos seus serviços para o consumidor que tenha um limite de R\$ 50 mil disponíveis para investir. "O cliente que possui mais do que isso pode pagar à vista", explica. "Vislumbramos aquele que não pode empregar o dinheiro de imediato. Como não pode pagar com o fluxo de caixa, ele financia". Nos financiamentos em 24 meses, a parcela sairá por pouco menos de R\$ 2 mil mensais. O financiamento também irá atrair, segundo o diretor, o cliente corporativo de empresas de médio para grande porte que utilizam e trocam de carros blindados, em média, a cada dois anos.



>> Cecília Adelino

Baixa inadimplência

A Guard projeta que o financiamento proporcionará um crescimento de vendas de

10% no primeiro ano. Cecília Adelino, no entanto, pondera que "como a campanha começou agora, só poderemos medir mais precisamente as expectativas na primeira quinzena de dezembro". E explica que o ponto positivo principal da parceria com o Banco PanAmericano está na característica da mercadoria. "É um produto muito bom, com inadimplência baixa e com alto volume de vendas. Se a blindagem de cada carro custa pelo menos R\$ 45 mil, a somatória total no ano nos agregará muito valor".

A blindadora ainda não fez novos investimentos. "Estamos ainda numa clínica. Somente quando tivermos mais firmeza, conseguiremos identificar os investimentos que essa parceria necessitará", explica Câmara. Neste ano, a Guard utilizará apenas anúncios em revistas especializadas e pontos de venda, nas próprias concessionárias. O banco também está auxiliando com a divulgação em suas agências.

Além das melhores condições de pagamento, Câmara explica que a parceria também possibilitará maior liberdade de escolha ao cliente, posto que hoje o financiamento está atrelado à concessionária de veículos. "Como não financiávamos, o cliente só poderia recorrer ao parcelamento negociando diretamente com as concessionárias, que já têm prévia parceria com uma blindadora. Era uma opção anterior à compra do carro."

Setor em expansão

A blindagem de veículos no Brasil cresceu 25% no ano passado em relação a 2006, segundo dados da Associação Brasileira de Blindagens (Abrablin), e ultrapassou a casa de 7,5 mil carros blindados por ano, contra cerca de 400 veículos, em 1995. São Paulo, com 40% de participação e Rio de Janeiro, com 28%, lideram respectivamente o mercado brasileiro de serviços de blindagem, embora capitais como Recife e Fortaleza, com altos índices de violência, venham ampliando significativamente os negócios na área.

Câmara explica que o bom desempenho do mercado automotivo, amparado por financiamentos que se estendem por mais de 70 meses, é uma outra causa do crescimento das



>> Blindagem não custa menos que R\$ 45 mil

blindadoras. "Com o mercado automotivo em alta, há uma reação em cadeia em que todos os envolvidos são privilegiados", garante. O segmento também foi favorecido pela baixa cotação do dólar, que permitiu maior importação de veículos de luxo.

Mesmo sem a parceria com o Banco PanAmericano, a previsão da Guard é manter o ritmo do crescimento nacional e aumentar as vendas em 15% esse ano – a empresa blindou 90 veículos em 2007. Cerca de 20 concessionárias autorizadas, metade delas em São Paulo, integram o grupo de parceiros

da empresa. Os veículos mais blindados são os de luxo (multimarcas) e o *Toyota*, seguidos pelo *Honda* (18%) e pelas marcas da *GM* (13%).

O projeto de financiamento nos moldes da Guard Blindagens e do Banco PanAmericano não foi o primeiro do setor. Em julho deste ano, a empresa de blindagens Safe Guard estabeleceu parceria similar com a Aymoré, financiadora do Banco Real, e a GVI, do Banco Fibra, oferecendo dois modelos distintos de financiamento: 10 parcelas (1 mais 9), sem juros ou 36 parcelas, com taxas similares às praticadas

pelo PanAmericano, mas apenas o financiamento com a Aymoré tem sido utilizado. A divulgação do financiamento começou a ser feita no início de agosto e, desde então, foram realizadas duas blindagens financiadas com a primeira opção. "A procura até existe, mas houve cerca de seis casos em que houve problemas de cadastro dos proponentes", diz Philippe Balbi, proprietário da blindadora. A empresa realiza uma média de trinta negócios por mês.

Itamar Cardin
icardin@economaiinterativa.com.br

INVESTIR EM ESPORTE É UMA IDÉIA BRILHANTE



HÁ MAIS DE 10 ANOS A TRY SPORTS TRANSFORMA A IDÉIA DE SEUS PARCEIROS EM EVENTOS DE SUCESSO, SEMPRE PREOCUPADA EM ATENDER AS EXPECTATIVAS DAQUELES QUE INVESTEM NO ESPORTE. ENTRE PARA ESTE TIME!

WWW.TRYSPTS.COM.BR



Ouro nas bodas do Baú

Nesta semana, com antecedência de seis meses, o Grupo Sílvia Santos comemora suas bodas de ouro, sempre sob o comando arrojado do empresário Sílvia Santos, nascido Senor Abravanel em 1930, no bairro da Lapa, no Rio de Janeiro. Na década de 1960, sua Baú Financeira já bancava o crédito para compra de automóveis no País.

O Banco PanAmericano é o filé econômico do grupo, que emprega 12 mil funcionários sob as asas de 34 empresas cujo faturamento total deve chegar aos R\$ 4 bilhões, em 2008. A vitrine mais vistosa é a rede de televisão SBT, que deu prestígio ao empresário e sempre ajuda a alavancar negócios. No

banco, os veículos, novos e usados, sustentam metade da carteira de financiamento.

Tradicionalmente conhecido por trabalhar com um público mais popular, o PanAmericano investe há alguns anos em planos de financiamentos similares ao realizado com a Guard Blindagens. Desde 2005, o braço financeiro do Grupo Sílvia Santos oferece crédito consignado diretamente nos balcões das Lojas Marabraz e da Drogeria São Paulo, além de ter criado o primeiro programa de financiamento para estética facial e bucal. O sucesso dos programas levou o grupo a arriscar em novos modelos de financiamento.

"Quando se tem um case de sucesso, você acaba investindo mais em modelos parecidos", afirma Cecília Adelino. "Agora, estamos entrando fortemente em mercados que incluem mais a classe A". Os novos focos, além dos blindados, são a náutica, a informática, os móveis planejados e as máquinas pesadas. "A maioria dos financiamentos é feita via web, sempre direto com lojistas. O modelo é mais prático e abrange uma gama maior de clientes". O volume mensal do CDC do PanAmericano esse ano gira em torno de R\$ 90 milhões, o que representou um aumento de 10% no primeiro semestre e uma expectativa de crescimento de 20% em 2008.