



“O crédito como ferramenta de competitividade e profissionalização de toda a cadeia de reposição automotiva”

AGOSTO/2007



Principais Tendências Sociais

- A sociedade vem passando por alterações que afetam o comportamento dos consumidores.
- O setor bancário inseriu o contexto de SUSTENTABILIDADE em suas estratégias de negócios e com o cliente final.
- Os investimentos em tecnologia vão favorecer a oferta de novos produtos e melhorar a qualidade do atendimento
- O impacto de um novo ambiente de competição irá trazer melhorias para os consumidores em que a disputa por novos clientes facilitará o acesso, especialmente dos consumidores de baixa renda, ao mercado.



Principais Tendências Sociais

- A oferta de crédito será ampliada, gerando maior poder de compra
- As fronteiras geográficas vão se diluindo : evolução dos sistemas de comunicação e Internet interligam comunidades; fluxo de informação atinge velocidades inimagináveis.
O mundo está ficando menor.
- Necessidade de manter uma relação com os diferentes públicos, para compreender os diferentes aspectos da sustentabilidade e, engajar as pessoas na construção de um mundo que preze as gerações futuras

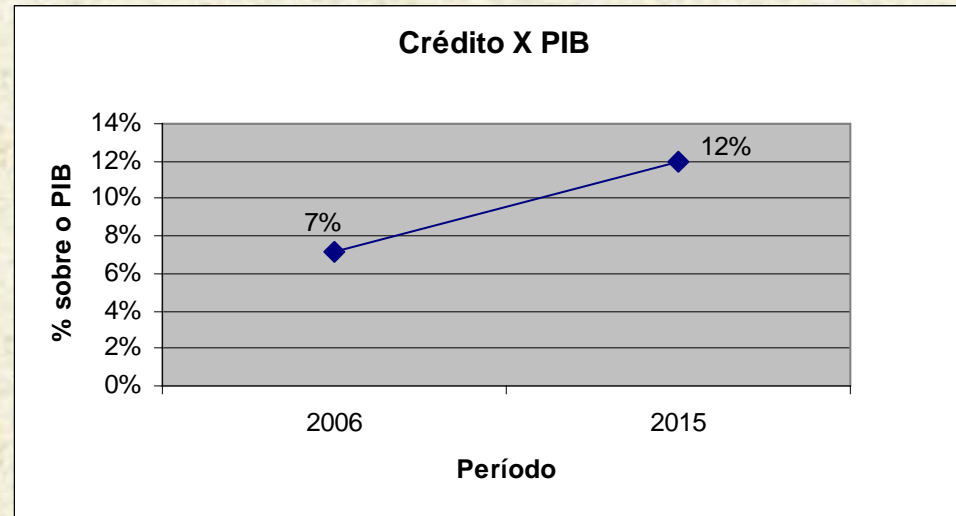


Visão Geral

- Poder de decisão será transferido do varejista para o consumidor;
- Aumento da concorrência com consolidação de novos players;
- O consumidor mais exigente por produtos mais aderentes às suas necessidades e momentos de vida;
- Há espaço para incremento de negócios diretamente com o consumidor;



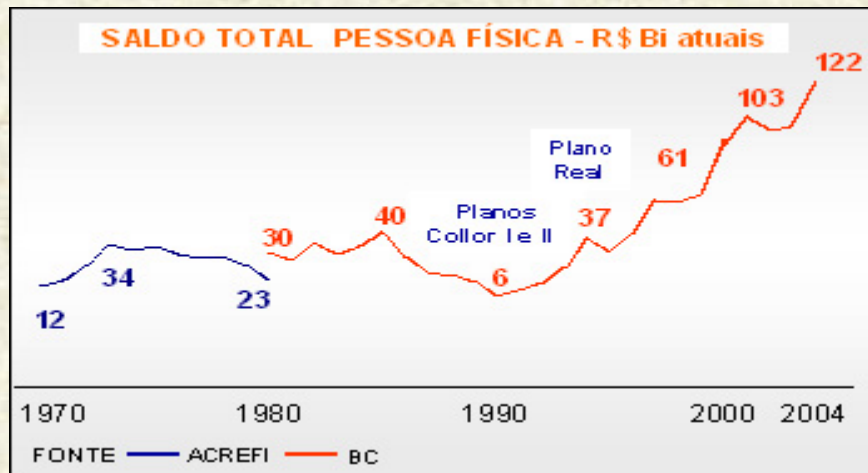
Análise de Cenário e Ambiente de Crédito



→ Crescimento da oferta de crédito podendo atingir até R\$ 312 bilhões até 2015.



Análise de Cenário e Ambiente de Crédito



Fonte Acref, Bacen e Partner Consultoria



→ Direcionamento do crédito da Pessoa Jurídica para a Física, dada a menor sensibilidade a preço e diluição do risco.



Análise de Cenário e Ambiente de Crédito



→ Nos últimos cinco anos observamos um crescimento de 7,4% do crédito pessoal, em contraposição a redução do cheque especial em 5,1%.



O FUTURO

- Diversificação de canais de prospecção de novos clientes para incremento de seus negócios ;
- Estratégia de comunicação em novas mídias que resultem em negócios.
- Fortalecimento das linhas de negócios com diversificação de produtos e serviços financeiros;
- Uso de uma estrutura e modelo de negócios para liderar e coordenar sinergias com a cadeia automotiva e demais segmentos;



O FUTURO

→ Organização dos Setores/Segmentos :

-Segmento de Móveis e Informática

- Evolução dos modelos de parceira

- Segmentação por negócios para toda cadeia



DESAFIOS para o SETOR

- Estrutura capaz de absorver atividade de venda de produtos financeiros
- Perfil empreendedor e realizador
- O setor deve se rentabilizar também com o mercado financeiro
- A relação de parceria com o setor de reposição automotiva com um braço financeiro .

A corporação se coloca a disposição do G.M.A para evoluir nesta questão.



Obrigada!