



Nova Política e Ações Para Atuação na Área de Financiamento de Veículos

Maurice Jeferson Tigre

Orientador: Prof. Ms. Sandro Rolak





CARTA DE ABERTURA E A QUEM SE DESTINA

Carta de Abertura: Na qualidade de cursando deste MBA apresento meu trabalho para a avaliação da banca oral.

Destinatário: Banca Avaliadora deste curso; Cresol Instituto; Cooperativa Central de Crédito Rural Com Interação Solidária – Central Cresol Sicoper e a Cooperativa de Crédito com Interação Solidária de Tangará.





COOPERATIVA, PRODUTO OU SERVIÇO

DADOS: Cooperativa de Crédito Rural com Interação Solidária de Tangará – Cresol Tangará. Unidade 2 Videira SC.

Produto: Desenvolvimento de uma nova política para venda do produto **Financiamento de Veículos**.



RESUMO ESTATÍSTICO 11/2019

Total da População de Videira SC	53.065
Total da Frota de Veículos em Videira	43.939
Total de associados UA Videira	1.368
Total de veículos financ. Cresol	033
Percentual do Mercado	0,07%
Percentual da Frota X População	82,00%
Percentual população X associado	2,58%
Potencial doméstico	1.121

RESUMO ESTATÍSTICO 11/2019

Percent. Veículos financ. X associados	2,41%
Total de residências do município	18.436
Média de habitantes X residência	2,87
Média de veículos por residência	2,38

POLÍTICA ATUAL X NOVA POLÍTICA

Política Atual:

Trata todos os proponentes da mesma forma.

Não avalia risco de score.

Maior exigência de garantias.

Maior burocracia no processo.

Lentidão do processo.

Distanciamento de como o mercado atua.

Baixa penetração.

Baixo desempenho.

POLÍTICA ATUAL X NOVA POLÍTICA

Nova política:

Trata os proponentes de forma diferenciada.

Avalia risco de score.

Menor exigência de garantias.

Menor burocracia no processo.

Maior agilidade no atendimento.

Aproximação do formato de como o mercado atua.

Maior penetração no mercado.

Maior desempenho / **consequente ganho resultado.**

ANÁLISE SWOT E DE DEMANDA

OPORTUNIDADES:

Bom relacionamento com o mercado.

Ampla base de potenciais compradores.

Transporte público deficitário.

Baixa da taxa de juros atrai novos consumidores.

Porta de entrada para novos associados.

Agregação de novos negócios.

AMEAÇAS:

Grande número de concorrentes.

Novos entrantes no mercado (Fintechs, Startups, Uber, Dkapop e outros).

Baixa de juros diminui a rentabilidade.

Incerteza do cenário econômico (crise, pandemia, desemprego).



FORÇAS:

Capacidade técnica dos colaboradores.

Estrutura de atendimento.

Disponibilidade de liquidez.

Preço competitivo.

Tecnologia suficiente.

Marca conhecida no meio rural.

Boa base de associados.



FRAQUEZAS:

Unidade de atendimento mal localizada.

Excesso de burocracia e garantias adicionais.

Processo lento, falta de agilidade.

Pouco reconhecimento da marca no meio urbano.

Falta de agilidade para pagar o lojista.

Sistema não permite pagamentos de trás para frente.

Incapacidade de concorrer com os juros das montadoras.



ORÇAMENTO E ESTRUTURA DE CAPITAL

Liquidez da Unidade Piloto base maio 2020 .
R\$ 4.999.227 conforme item 2 do TCC.

Recursos suficientes para financiar 333 veículos com um ticket médio de R\$ 15.000,00 por operação.

Rentabilidade bruta mensal estimada com uma taxa média de 1,70% ao mês se aplicado todos os recursos.
R\$ 84.986,85





CONCLUSÕES / CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho desenvolvido é viável e aplicável?

Sim, porque ele não substituí a política atual, e sim complementa e dinamiza um novo processo, desde que o proponente possua um **score** bom. Bem como não depende de grandes transformações e ou mudanças tecnológicas. Depende muito mais de uma adequação nos textos da política e adoção de práticas mais simplificadas.



Quais as limitações deste projeto?

Temos que entender que este plano não pretende fazer com que a Cresol se torne líder nesse seguimento. A ideia principal é que nossa cooperativa se aproxime da maneira com a qual o mercado atua e assim ter uma atuação mais coerente com a realidade deste mercado.

Quais as principais contribuições deste plano para as cooperativas?

Realização de teste piloto para correção e aprimoramento do produto.

Depois de testado, poderá ser disponibilizado para toda a rede Cresol.

Maior penetração no mercado.

Maior geração de negócios e receitas.

Incremento na base de associados.
