

CONJUNTURA

Brasileiro que busca consórcio é homem, acima de 40, casado e da classe C

27/02/2014 - 15:31:07



Levantamento da Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (Abac) mostra que os brasileiros participantes do Sistema de Consórcios têm demonstrado maior consciência ao adquirir bens ou serviços, decidindo pelo mecanismo dentro dos princípios da educação financeira, considerando ainda sua necessidade imediata ou não. Foram entrevistados mais de 1.100 consorciados e potenciais consorciados, em cinco cidades: São Paulo, Porto Alegre, Fortaleza, Goiânia e Belém.

Os resultados mostraram que, dos 803 consorciados, 64% são do sexo masculino, 54% estão acima dos 40 anos, sendo que 72% são casados, 44% com filhos menores de 19 anos e 75% das classes sociais B (23%) e C (52%), com renda familiar variando de 4 a 20 salários mínimos, dentro do critério do IBGE.

- A grande participação da classe C, em quase todos os segmentos da economia, também continua expressiva nos consórcios. Ela só não é maior em razão da migração de parte para a classe B, apesar da inclusão de muitos consumidores vindos da classe D - diz Paulo Roberto Rossi, presidente executivo da Abac.

Citado por 49% dos entrevistados consorciados como sendo investimento, e por 51% como meio de aquisição, o levantamento sugere um perfil de planejador do futuro, quando, ao responder sobre ?o que vem a cabeça quando ouve a palavra consórcio?, menciona principalmente os investimentos de longo prazo, poupança programada, aquisição de bem, bom negócio no longo prazo, programação do futuro, entre outros.

Por outro lado, os trezentos potenciais consorciados, formados por 59% do sexo feminino, 56% acima dos 40 anos, sendo 69% casados e 42% com filhos menores de 19 anos, foram mais incisivos citando, em 84%, que consórcio é investimento, com 51% buscando informações para mais entendimento e futura decisão.

Os resultados obtidos quanto ao perfil de investimentos conhecidos entre consorciados, indicaram a liderança da poupança, seguida dos imóveis e do consórcio. Ao ampliar, considerando os investimentos ?de futuro?, os imóveis lideraram seguidos pela poupança e pelo consórcio.

- Trata-se apenas da confirmação da expressão da cultura do brasileiro, onde imóveis e poupança fazem parte. O sonho do brasileiro é a casa própria e ?guardar? dinheiro tem uma história de mais de 150 anos. Todavia, o mecanismo, citado em terceiro lugar, pode unir esses dois aspectos nos consórcios de imóveis, uma verdadeira poupança com o objetivo definido, realizando o sonho de consumo e formando ou ampliando patrimônios pessoal, familiar ou empresarial - explica Rossi.

A pesquisa obteve ainda informação sobre a recomendação que fariam a terceiros sobre investimentos. O consórcio foi novamente o terceiro mais citado, ficando, na média nacional, atrás dos imóveis e da poupança, com percentual maior que a soma, no total, dos três seguintes (previdência privada, fundos de investimentos e ações).

Ao falar sobre planejamento, uma das características de quem participa do sistema, 62% responderam que agiriam desta forma antes de comprar uma cota de consórcio. A pesquisa apontou também as principais razões das adesões: boa imagem da administradora, acesso fácil às assembleias, informações e suporte administrativo quando da contemplação. Entre os potenciais, os motivos mais citados para futura participação foram facilidade e garantia na retirada do bem, imagem da administradora e clareza na hora da venda.

Em respostas múltiplas, no formato escala entre 1 e 10, consorciados falaram sobre o desejo de recompra, ou seja, comprar uma nova cota permanecendo no Sistema, e se recomendariam o consórcio a terceiros. A tabulação mostrou uma forte tendência de recompra para os participantes de grupos de motos (8 pontos), imóvel (7,8 pontos), caminhão (7,5 pontos), automóvel (7,3 pontos), serviços (6,8 pontos) e eletroeletrônicos (6,6 pontos).

Quanto à recomendação, o setor de motos (9,3 pontos) novamente liderou, seguido de caminhão (9 pontos), eletroeletrônicos (8,7 pontos), serviços (8,1 pontos), imóvel (7,9 pontos) e automóvel (7,6 pontos).

- As pesquisas, realizadas bianualmente pela Abac, têm possibilitado às administradoras de consórcios ajustarem periodicamente suas estratégias buscando aprimorar suas ações e desenvolver novos formatos, utilizar meios de comunicação diferenciados, visando atingir o mercado consumidor de forma mais objetiva, fortalecendo o consumo responsável com custos menores - finaliza o presidente da entidade.