

Vendas de consórcios recuam

Resultados de janeiro mostram que base de clientes aumentou, embora volume de negócios tenha encolhido

André Boudon

andre.boudon@brasileconomico.com.br

O segmento de consórcios iniciou 2015 apresentando sinais inversos. Se por um lado o mês de janeiro registrou uma redução de 6,9% no volume de vendas em relação a igual período do ano passado, o número total de participantes cresceu 7,5%, atingindo o recorde histórico de 6,22 milhões de clientes. Mesmo com a retração nas vendas de novas cotas, a soma de janeiro foi a terceira melhor dos últimos onze anos.

As contemplações aumentaram 7,1%, subindo de 110,4 mil em janeiro de 2014 para 118,2 mil em 2015. Os créditos disponibilizados com esse resultado assinalaram alta de 13,4%, saltando de R\$ 3,05 bilhões para R\$ 3,46 bilhões. Apesar da redução nas vendas, o volume de créditos contratados junto a novos participantes ficou estável, em aproximadamente R\$ 7 bilhões.

Para Paulo Roberto Rossi, presidente executivo da ABAC Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios, o volume de negócios acompanha a evolução da educação e do planejamento financeiro no país. “O crescimento do número de consorciados e a manutenção de volume de créditos contratados refletem a atitude de consumidores que praticam os princípios da educação financeira e aderem aos consórcios conscien-



Henrique Manreza

Segundo Rossi, queda na confiança do consumidor é um obstáculo

DESACELERAÇÃO

Vendas de novas cotas de consórcios recuam em janeiro (R\$ milhões)



tes de se tratar de uma poupança com objetivo definido”.

Com as administradoras de consórcios considerando o desaceleração da atividade econômica em 2015, será necessário adotar uma estratégia de conscientização, aliada à expansão de pontos de vendas, e à atuação pontual em novos segmentos, e formação e ampliação de parcerias. Rossi comentou que “A conjuntura não é boa para ninguém. Os principais segmentos do mercado, de imóveis e veículos projetam desaceleração. Um cenário de inflação e juros altos leva o consumidor a reavaliar prioridades de gastos e investimentos”, explica Rossi, lembrando que o mercado já está reagindo a esse novo cenário, ao ampliar os prazos para a aquisição de bens. “Um consórcio de veículos, que durava 60 meses em média, foi estendido para 72 meses. O

mesmo aconteceu com os imóveis, cujo prazo foi ampliado de 150 para 200 meses. Os planos longos de pagamento e de baixo custo oferecidos pelas administradoras de consórcios permitem que os consumidores façam um adequado planejamento financeiro”.

A queda da confiança do consumidor e do empresário no Brasil, que nos últimos meses, alcançou mínimas históricas, é outro obstáculo a ser superado pelas administradoras de consórcios, e dificulta qualquer expectativa de recuperação para a economia brasileira no curto prazo. “Esse cenário tem provocado reavaliação permanente do mercado por parte das administradoras de consórcios na intenção de minimizar qualquer tipo de retração nos negócios consorciados”, afirma Rossi. Segundo ele, o mercado precisa por em prática novas estratégias para buscar novos segmentos. “Todos estão cientes das dificuldades a enfrentar. Ficam ainda as preocupações com a manutenção dos empregos e a natural insegurança provocada junto aos consumidores”.

Segundo Rossi, a questão dos juros é um diferencial competitivo importante para os consórcios, se comparados aos mecanismos de financiamento tradicionais. “Para o consumidor que faz um planejamento de longo prazo, que não precisa tomar posse imediata do bem, o consórcio pratica taxas de juros extremamente vantajosas”.

Se por um lado, janeiro registrou uma redução de 6,9% no volume de vendas, o número total de participantes cresceu 7,5%, atingindo recorde de 6,22 milhões de clientes