



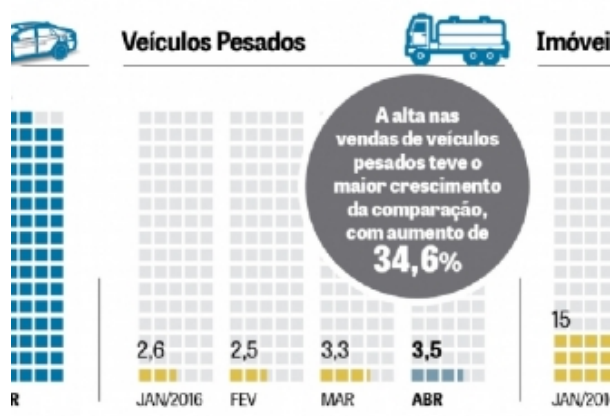
DCI | Home

Consórcio cresce como investimento e ganha maior apelo nas classes A e B

Autor não informado 17/06/2016 08:01:23

BRASIL

Novas cotas nos três principais setores do mercado no primeiro trimestre de 2016 em milhares



17/06/2016 - 05h00



São Paulo - A compra do **consórcio** como forma de investimento ganha força entre os consumidores. Impulsionadas pela crise, administradoras também aumentam os prazos das cotas vendidas e têm migração do mercado para classes A e B.

De acordo com uma pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Administradoras de **Consórcios** (**Abac**) e pela QuorumBrasil, o produto visto como forma de investimento aumentou 11 pontos percentuais entre os consorciados, indo de 49% em 2014 para 60% em 2015.

Segundo **Paulo Roberto Rossi**, presidente executivo da **Abac**, o planejamento financeiro para médio e longo prazo é o que tem atraído mais clientes para as administradoras, como forma de adquirir um bem ou ter uma aplicação com boa renda.

"O **consórcio**, apesar de não ter a característica imediatista, ele aparece como uma vantagem financeira para o consumidor. A flexibilidade e a liberdade do produto tem aberto uma grande participação potencial, principalmente porque, hoje, o cliente tem o seu poder de compra preservado", explica.

Os atuais planos de **consórcios** possibilitam um lance para obtenção de recursos e, em caso de contemplação, há tanto a opção de retirada do

crédito para obtenção do bem à escolha do consorciado (dentro da classe tida no contrato), ou manter o valor em uma conta vinculada, aplicado em investimentos e rendendo pela taxa básica de juros Selic.

Apesar dos destaques para automóveis leves e pesados (com altas de 5,4% e 34,6%, respectivamente) e para imóveis (+17,3%), segundo dados da **Abac**, o mercado como um todo decresceu no primeiro quadrimestre deste ano.

A venda de novas cotas caiu 12,8% em relação a igual período de 2015, assim como as contemplações, que reduziram 1,9% na mesma base de comparação. Nesse sentido, houve também uma baixa nos créditos comercializados (-17,1%) e no ticket médio (-3,8%).

"As próprias administradoras têm tentado fazer o cliente enxergar o **consórcio** como investimento. Já na aquisição do bem, o maior número de vendas é de imóveis e de um automóvel, tanto pela compra desses bens por um preço justo como alternativa diante da maior restrição do crédito nos meios mais tradicionais", afirma Rogério Pereira, diretor comercial da Embracem.

Público de cotas elevadas

Ainda segundo a pesquisa feita pela **Abac** e QuorumBrasil, o perfil dos consumidores que compram o produto tem mudado. Apesar de manter a maioria nas classes C e D, a presença das classes A e B tem aumentado no grupo de clientes do sistema, ambas aumentando em quatro pontos percentuais sua participação.

De acordo com Ronald Macedo Torres, diretor da Rodobens **Consórcios**, um dos principais motivos para o aumento de 7% nas operações da empresa no primeiro quadrimestre deste ano, foi o enfoque voltado para um "público de cotas mais elevadas".

"Nós crescemos o valor médio das nossas cotas em 11% nos primeiros quatro meses do ano, atingindo uma média de R\$ 98 mil, enquanto o mercado decresceu 3,8%, com um valor de R\$ 35 mil. O público que compra cotas menores talvez seja o que fique mais impactado pelas preocupações da crise, enquanto os que compram em valores maiores já tem uma definição mais clara da vida financeira. Esse aumento foi o fator determinante do nosso crescimento", explicou o executivo ao DCI.

Além disso, a tendência continua. O estudo mostra que os potenciais clientes em 2014 correspondiam a 52% da classe D, 42% da classe C, 5% da classe B e 1% da classe A. Já em 2015, enquanto A, B e C cresciam para 3%, 18% e 53%, respectivamente, a classe D caía pela metade, indo a 26%.

Os últimos dados da **Abac** ainda apontam que o mercado de **consórcios** também sentiu a inadimplência, indo de 6,44% em dezembro de 2015 para 6,99% em fevereiro de 2016.

Os destaques de alta foram em serviços (indo de 6,76% em 2015 para 8,61% em fevereiro), motos (de 7,91% para 8,97%) e imóveis (de 3,97% para 4,26%).

Os especialistas destacam que o mercado de **consórcios** tende a depender muito do desenrolar do cenário econômico, somado à dificuldade de crédito e às altas taxas de juros. "Na medida em que esses fatores se definirem em estabilidade, o ambiente fica mais claro e as pessoas voltam a pensar em investimento. Ter uma confiança é importante para que os consumidores voltem para o jogo", diz Torres.

Isabela Bolzani

<http://www.miti.com.br/ce2/?a=noticia&nv=xPkq3SqLXSTZBH3CglBAtA>