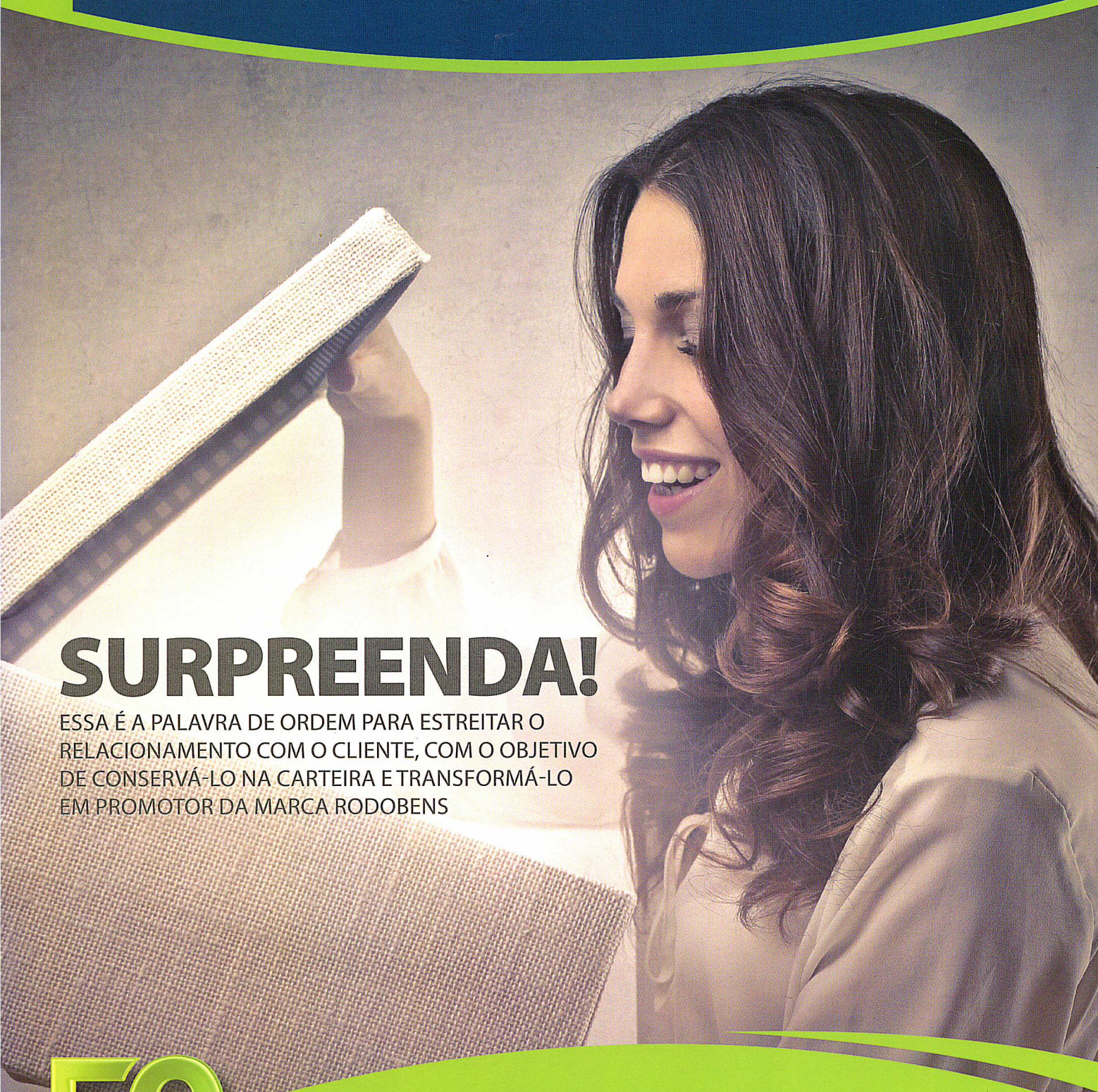


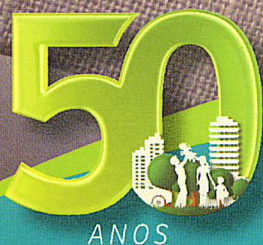
Rodobens

Consórcio



SURPREENDA!

ESSA É A PALAVRA DE ORDEM PARA ESTREITAR O RELACIONAMENTO COM O CLIENTE, COM O OBJETIVO DE CONSERVÁ-LO NA CARTEIRA E TRANSFORMÁ-LO EM PROMOTOR DA MARCA RODOBENS



**CONFIRA A SEGUNDA DÉCADA DA TRAJETÓRIA
DESSES 50 ANOS DA RODOBENS CONSÓRCIO**



PESQUISA DA ABAC REVELA CONSUMIDOR INTERESSADO EM EDUCAÇÃO FINANCEIRA

CONSUMIDOR MAIS CONSCIENTE E QUE PLANEJA SUAS COMPRAS: ESSE É O PERFIL DO CONSORCIADO NO BRASIL

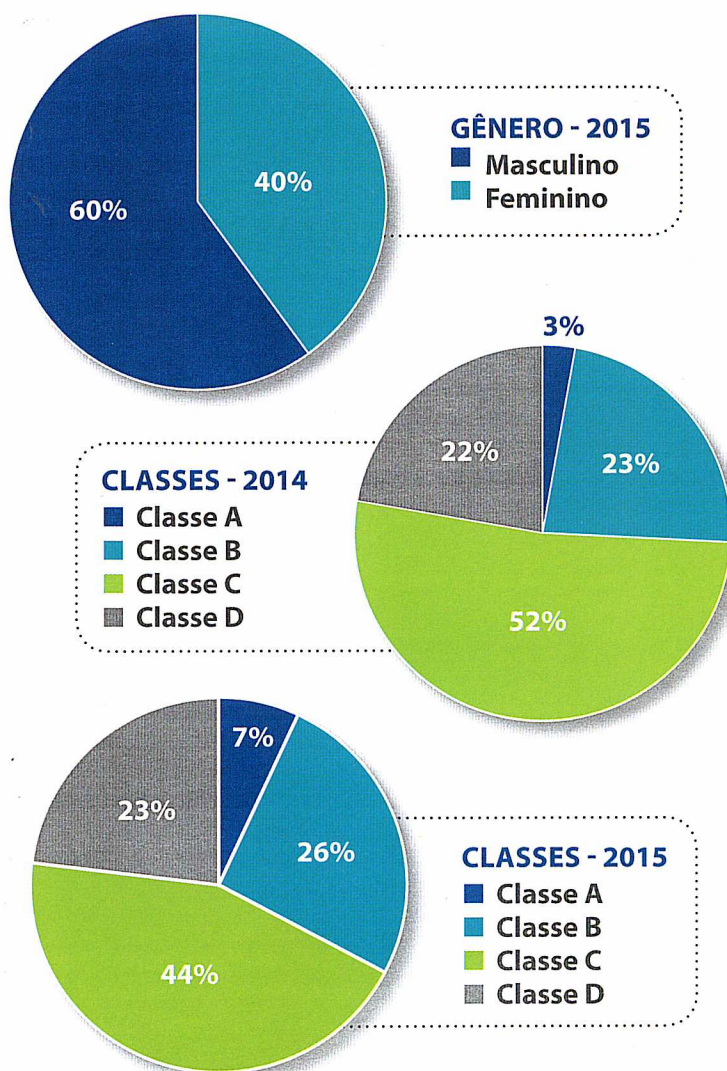
A mais recente pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (ABAC), por intermédio da Quorum Brasil, junto a 1,4 mil consorciados e potenciais consorciados, revelou um consumidor mais preparado e consciente da importância da educação financeira. "Como vivenciamos uma crise econômica, ambiente de altas taxas de juros e orçamento apertado, os consumidores passaram a substituir o imediatismo do consumo pelo planejamento financeiro", revela Paulo Rossi, presidente executivo da ABAC.

Realizada em oito capitais brasileiras – São Paulo/SP, Belo Horizonte/MG, Porto Alegre/RS, Curitiba/PR, Fortaleza/CE, Salvador/BA, Goiânia/GO e Belém/PA – a pesquisa revelou que, dos participantes ativos consultados, 60% são do sexo masculino. Desses, 57% estão acima dos 40 anos, sendo 72% casados e 42% com filhos menores de 19 anos. A classe C ainda representa a maioria, com 44%, mas houve aumento na participação das classes B e A, com 26% e 7%, respectivamente.

MULHERES E MAIS JOVENS ADEREM CADA VEZ MAIS AO CONSÓRCIO

A presença feminina, que em 2014 era de 36%, agora atingiu 40%. Para Rossi, a maior presença feminina no sistema de consórcios é resultado da mudança de comportamento da mulher em suas atividades profissionais, na educação e na vida pessoal. Além disso, verificou-se um crescimento em sua renda de 5,3%, em comparação ao ano anterior, segundo dados do IBGE.

Já o jovens com até 29 anos representam 17% do total de participantes. Para o presidente da ABAC, a presença dos jovens no sistema de consórcios reflete, a exemplo das mulheres e dos demais consorciados, mais conhecimento dos princípios básicos da educação financeira. "Em muitos casos, os jovens optam por deixar a casa dos pais mais tarde, aproveitando esse tempo para planejar mais e melhor a aquisição do seu veículo ou até mesmo de um imóvel", comenta.



CONTRIBUIÇÃO IMPORTANTE PARA O SETOR

Desde 2006, quando começou a ser realizada, a pesquisa tem sido fonte para as administradoras definirem suas estratégias de mercado. O objetivo, para Rossi, é identificar e revelar os anseios do consumidor, contribuindo, assim, com novas estratégias de comunicação que levem esse público a aderir ao consórcio.

O presidente destaca que, historicamente, em momentos de crise econômica no país, o consórcio tem sido a modalidade de compra capaz de suprir as necessidades do consumidor. "Sem depender de linhas de créditos da rede bancária, portanto, sem cobrança de taxa de juros, o consórcio tem sido o mecanismo ideal para quem planeja o futuro ou mesmo quem poupa com objetivo definido", conclui.