



🌐 DCI | Finanças 📍

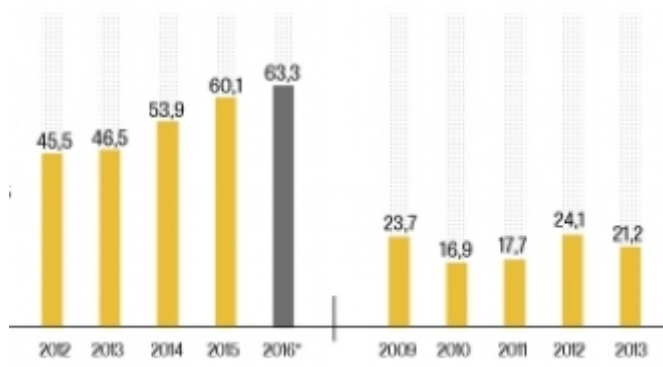
Consórcio menos tradicional pode ter crescimento em retomada econômica

👤 Autor não informado 📅 08/09/2016 05:11:41

08/09/2016 - 05h00

Imóveis ▶ Em %

▶ Caminhões



São Paulo - O mercado de **consórcios** tem mostrado crescimento ante o cenário de crise.

Apesar de as administradoras destacarem as cotas mais tradicionais de imóveis e automóveis leves, serviços e eletroeletrônicos também mostram fortes potenciais no segmento.

Os dados são da Associação Brasileira de Administradoras de **Consórcios** (**Abac**). Principalmente no crescimento de créditos comercializados, o **consórcio** de serviços foi o que mais se destacou no período de janeiro a julho de 2016.

A elevação foi de 73,3% em relação a igual acumulado de 2015 (de R\$ 33,1 milhões para R\$ 57,3 milhões), enquanto as novas adesões mostraram um aumento de 48,3% (de 5,8 mil para 8,6 mil), na mesma base de comparação.

Já nos eletroeletrônicos, a alta foi de 5,4% (de

R\$ 36,4 milhões para R\$ 38,4 milhões) para o crédito comercializado e de 14,1% (de 7,3 mil para 8,3 mil) na venda de novas cotas.

Segundo **Paulo Roberto Rossi**, presidente da associação, a tendência é de crescimento dessas cotas nos próximos anos, principalmente com a melhora da confiança dos consumidores e da perspectiva da atividade econômica no País.

"É um mercado novo e, na expectativa de retomada da economia, o esperado é um destaque forte nessas cotas, principalmente frente a concorrência dos financiamentos oferecidos em lojas, por exemplo", afirma o presidente.

Tradicionais

Segundo os especialistas ouvidos pelo DCI, no entanto, o crescimento tem sido puxado pelas cotas "mais tradicionais", de imóveis e automóveis leves.

As adesões cresceram 56% e 21,3%, respectivamente, na comparação entre fevereiro e julho deste ano, ambas batendo recordes, de 22,8 mil e 82,5 mil novas cotas no mês.

De acordo com Rogério Pereira, diretor comercial do Embrakon, além da alta dos juros e a restrição do crédito, a maior necessidade de planejamento do consumidor tem gerado uma procura crescente por bens de maior valor.

"O cliente está mais criterioso para pagar e, por isso, aprendeu a pesquisar e analisar o custo-benefício.

Principalmente em altos valores, há uma demanda maior porque, com taxas de juros elevadíssimas e sem

conseguir financiamento, o **consórcio** é alternativa inclusive como economia no valor final do produto", avalia o executivo do Embracon.

Segundo a **Abac**, no entanto, em sete meses deste ano, com a maior restrição no orçamento da família, os números gerais do segmento estão em patamares inferiores do que o visto em 2015.

O volume de créditos comercializados no mercado recuou 15,7% (de R\$ 50,4 bilhões para R\$ 42,5 bilhões), seguido pela venda de novas cotas, com -11% (de 1,36 milhão para 1,2 milhão), e o ticket médio geral, com - 2,8% (de R\$ 39,1 mil para R\$ 38 mil).

O gerente executivo da Randon, Augusto Giongo Letti, no entanto, afirma que apesar dos números gerais, há uma mudança na estratégia, com foco em novos consumidores.

"Isso tem mostrado impacto positivo. Vendemos menos cotas, mas o aumento ticket médio nos últimos três anos tem mostrado destaque", identifica.

"O consumidor está mais educado financeiramente e a tendência é de que o segmento de imóveis e veículos leves continuem puxando o setor. Os produtos atendem o consumidor em momentos diferentes e com variadas necessidades e, assim, há um grande espaço para crescermos", completa Cleber Sanguanini, gerente comercial da Randon.

"A procura como alternativa de investimento também tem aumentado e, em todos os sentidos do produto, é importante lembrar que o momento que vivemos exige análise da parcela, do contrato, da inadimplência e da qualidade financeira dos grupos, para que seja feito um bom negócio", conclui Rafael Boldo, gerente da Porto Seguro **Consórcios**.

Isabela Bolzani

http://www.miti.com.br/ce2/?a=noticia&nv=jKshZas9SRbv2_IWTbwsaA