

1. [Skip to Menu](#)
2. [Skip to Content](#)
3. [Skip to Footer>](#)



•

[Home](#) | [Institucional](#) | [Seu Espaço](#) | [Comportamento](#) | [Consumidor 2.0](#) | [Financeiro](#)

1. [Home](#)
2. [Home](#)
3. [Comportamento](#)
4. [Pesquisas](#)
5. A consolidação dos consórcios

[Fale Conosco](#)

## A consolidação dos consórcios

### [Pesquisas](#)

Ter, 19 de Abril de 2011 13:24

Escrito por Redação

Uma pesquisa encomendada pela ABAC Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios à Quorum Brasil apontou características do consumidor do Sistema de Consórcios, comparadas nos últimos quatro anos (2010 x 2006).

0  
tweets

tweet

Em sua terceira edição, concluída no final do ano passado, a pesquisa foi realizada com uma amostra de 731 consumidores em São Paulo, Salvador e Porto Alegre, sendo 581 consorciados, participantes do Sistema há mais de um ano, e 150 potenciais compradores. Do total de entrevistados, havia 27% do setor de imóveis, 20% de automóveis, 18% de motocicletas, 13% de caminhões, 13% de eletroeletrônicos e 9% de serviços.

O foco principal foi verificar as mudanças de comportamento das classes sociais entre 2006, passando pelo início de 2009, até dezembro de 2010, na razão de compra, investimento e formação de patrimônio utilizando esse mecanismo.

Com equilíbrio nas consultas, feitas a consorciados contemplados (49,4%) e não contemplados (50,6%),

os resultados mostraram mais que uma duplicação da presença da classe C nos setores de automóveis (158,3%) e motocicletas (153,6%), entre 2010 e 2006.

Paralelamente, no mesmo período, as mulheres ampliaram sua participação nas decisões de compra de cotas, especialmente nos eletroeletrônicos (105%), caminhões (92,9%) e imóveis (70,8%). Para o presidente executivo da ABAC, Paulo Roberto Rossi, “a explicação desses crescimentos está no aumento de mulheres chefes de família em 71% e na sua maior presença em cargos de gerência (36%), presidência ou diretoria (23%) e supervisão (38%).

Outro destaque foi o aumento do número de jovens (20 a 29 anos) nos consórcios de automóveis (120%) e imóveis (50%)”.

No consórcio de serviços, com pouco mais de um ano e meio de comercialização, o levantamento registrou, ainda sem comparação anterior, a maior participação masculina (51%) da classe B (68%) com mais de 40 anos (43%).

Segundo Rossi, “os dados apresentados explicaram o crescimento de 18% dos participantes ativos no Sistema, no quadriênio, que saltou de 3,44 milhões, em 2006, para 4,06 milhões, em 2010. O interesse demonstrado pelos novos perfis de consumidores, em vários setores, confirma a ampliação e a consolidação dos consórcios como forma de aquisição econômica, vantajosa e formadora de patrimônio pessoal, familiar ou empresarial”.

Ao serem questionados sobre sua experiência na compra de uma cota, 94% dos entrevistados, em 2010, mostraram-se satisfeitos e encantados com o Sistema. Um percentual maior que o registrado em anos anteriores, quando em 2006, atingia 86%, e em 2009, o número subia para 92%.

Clientes com diferentes tempos de participação em consórcios, quando perguntados sobre associações positivas ou negativas ao ouvirem a palavra “consórcio”, demonstraram conhecimento e apresentaram aumento no interesse no período. Enquanto em 2006 havia 77% unindo consórcio com imagem positiva, em 2010, o percentual aumentou e subiu para 89%. Também entre os potenciais clientes, não consorciados, foi constatada uma evolução. Em 2006, havia 57%, já em 2010, chegava a 83%.

“Nos dois casos”, explica Rossi, “ficou evidenciada a boa imagem do mecanismo como alternativa para aquisição de bens e serviços”. Entre as razões mais citadas nas respostas espontâneas, 53% apontaram o consórcio como investimento a longo prazo, a facilidade gerada para aquisição de um bem, tratar-se de uma poupança a longo prazo e um “financiamento” sem juros.

Quando questionados sobre o que consideravam um bem de futuro, o consórcio ocupou o terceiro lugar, perdendo apenas para o imóvel e para a poupança, duas culturas tradicionais do povo brasileiro. “Contudo, para comprar um imóvel, pode-se usar o consórcio, que nada mais é do que uma poupança com disciplina e objetivo definido. Assim, consórcio, imóvel e poupança, citados como as principais metas patrimoniais dos brasileiros, por vezes se sobrepõem ou se completam”, destacou Rossi.

Os 150 potenciais compradores de consórcios, consultados aleatoriamente e com respostas múltiplas, mencionaram suas intenções de adesão, destacando, em ordem decrescente de interesse, os setores de serviços (73,2%), motocicletas (68,6%), automóveis (67,4%), imóveis (65,0%), eletroeletrônicos (58,2%) e caminhões (25,0%).

“Se lembrarmos que, no ano passado, com uma economia aquecida e emprego seguro, o brasileiro elegeu o consórcio para aquisição de bens e serviços, aumentando 30,8% o volume de negócios em 2010, totalizando R\$ 63,2 bilhões, pode-se dizer que a pesquisa referencia o consórcio como a melhor alternativa para compra de bem ou serviço. Por isso, vale reafirmar o otimismo nas projeções de crescimento entre 7% e 8% para este ano”, reafirmou Rossi.

O levantamento foi tema do XXXIII Congresso Nacional de Administradoras de Consórcios (CONAC) realizado em Foz do Iguaçu, de 6 a 8 de abril. Na oportunidade, as administradoras analisaram os números e, de volta às suas empresas, poderão desenvolver suas estratégias mercadológicas para 2011,

considerando inclusive a prática do planejamento financeiro.

### Primeiro bimestre de 2011 apresenta alta

Junto com a pesquisa, a ABAC divulgou os dados do primeiro bimestre do ano, que se mantiveram em alta. As vendas de novas cotas superaram em 10,2% a marca do mesmo período do ano anterior. Com 335 mil (jan-fev/2011) contra 304 mil (jan-fev/2010), a assessoria econômica da Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (ABAC) registrou a continuidade pela procura do mecanismo, no momento em que as novas condições de financiamento começaram a ser praticadas.

O número de participantes ativos cresceu 7,6%, subindo de 3,80 milhões (jan-fev/2010) para 4,09 milhões (jan-fev/2011). No mesmo período, as contemplações também mostraram crescimento. Subiram de 160,3 mil, acumuladas nos dois primeiros meses do ano passado, para 167,5 mil, no mesmo bimestre deste ano, com alta de 4,5%.

Para Rossi, “os consórcios vêm contrariando um comportamento comum nessa época do ano, uma desaceleração natural dos negócios em razão das férias escolares. Acreditamos que a inversão de tendência está na consciência, cada vez maior, do brasileiro em planejar-se financeiramente. Nada melhor do que começar um novo ano programando investimentos, baseando-se em despesas, sempre menores que a receita pessoal ou familiar, visando a aquisição de bens ou serviços, e construção ou ampliação do patrimônio pessoal, familiar ou empresarial”.

---

Compartilhar

          |  [Mais](#)



[< Anterior](#)

[Próximo >](#)

>> **Ítems Relacionados:**

- [Terremoto tira Toyota da liderança no mercado de automóveis](#)
- [Cobranças indevidas de energia elétrica](#)
- [Participação social no controle de gastos da Copa e das Olimpíadas](#)
- [A conferência de mercadorias é uma conduta abusiva?](#)
- [Treinamento de sobrevivência na selva](#)

**Adicionar comentário**

Nome (obrigatório)

e-mail (obrigatório)

Site

1000 caracteres restantes

Notifique-me sobre novos comentários