



ASSESSORIA DE IMPRENSA

PESQUISA MOSTRA PERFIL E RAZÕES DE COMPRA DE BENS E CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS PELOS CONSORCIADOS

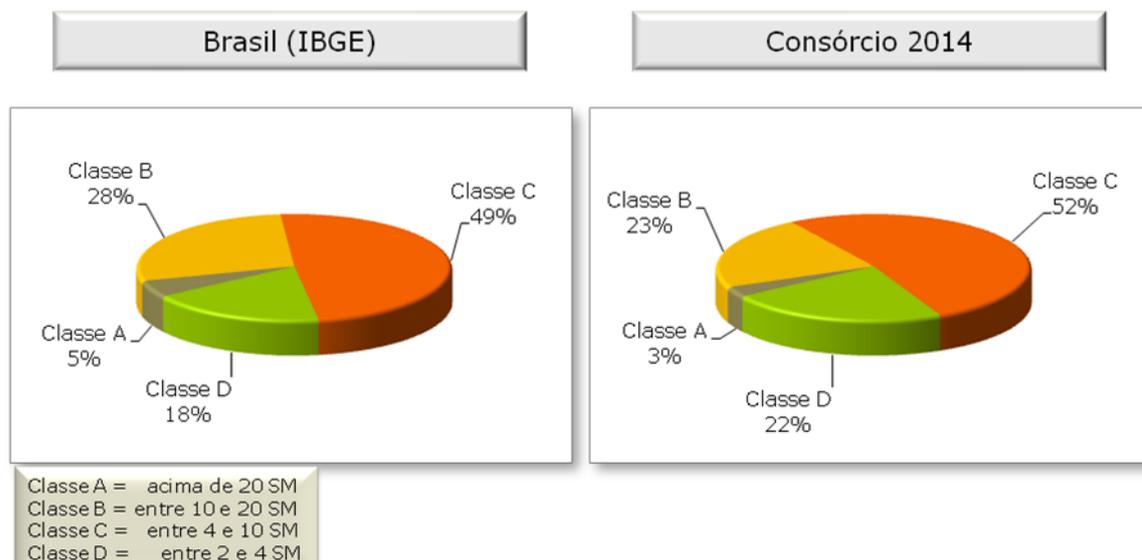
RESULTADO EXPLICA O CRESCIMENTO DO SISTEMA DE CONSÓRCIOS NOS ÚLTIMOS ANOS E POSSIBILITA AÇÕES PARA OS PRÓXIMOS

A mais nova pesquisa realizada pela ABAC Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios, por intermédio da Quorum Brasil, revelou que os brasileiros participantes do Sistema de Consórcios têm demonstrado maior consciência ao adquirir bens ou serviços, decidindo pelo mecanismo dentro dos princípios da educação financeira, considerando ainda sua necessidade imediata ou não.

Foram entrevistados mais de 1.100 consorciados e potenciais consorciados, em cinco cidades – São Paulo, Porto Alegre, Fortaleza, Goiânia e Belém. Os resultados mostraram que, dos 803 consorciados, 64% são do sexo masculino, 54% estão acima dos 40 anos, sendo que 72% são casados, 44% com filhos menores de 19 anos e 75% das classes sociais B (23%) e C (52%), com renda familiar variando de 4 a 20 salários mínimos, dentro do critério do IBGE.

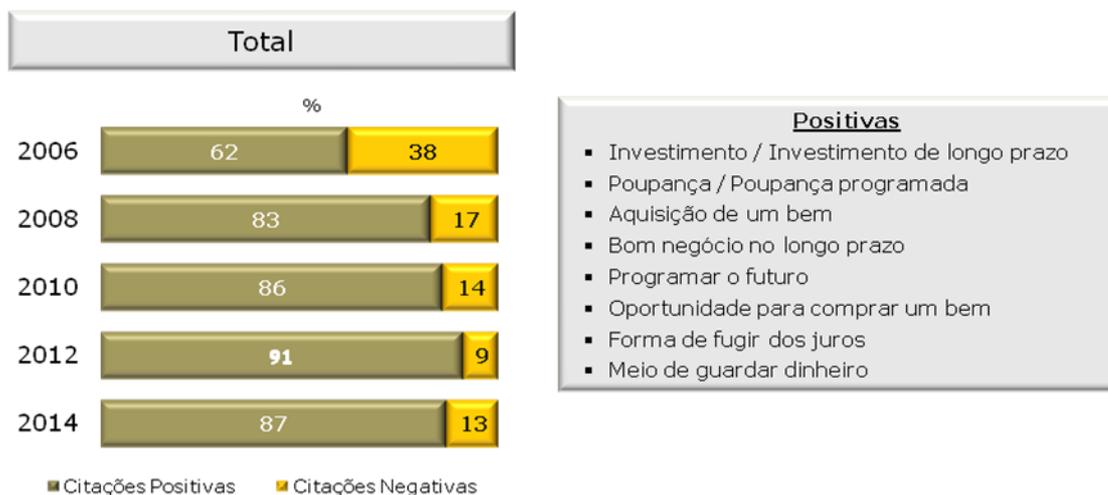
“A grande participação da Classe C, em quase todos os segmentos da economia, também continua expressiva nos consórcios. Ela só não é maior em razão da migração de parte para a classe B, apesar da inclusão de muitos consumidores vindos da classe D”, diz Paulo Roberto Rossi, presidente executivo da ABAC Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios.

Classe Social do Consorciado



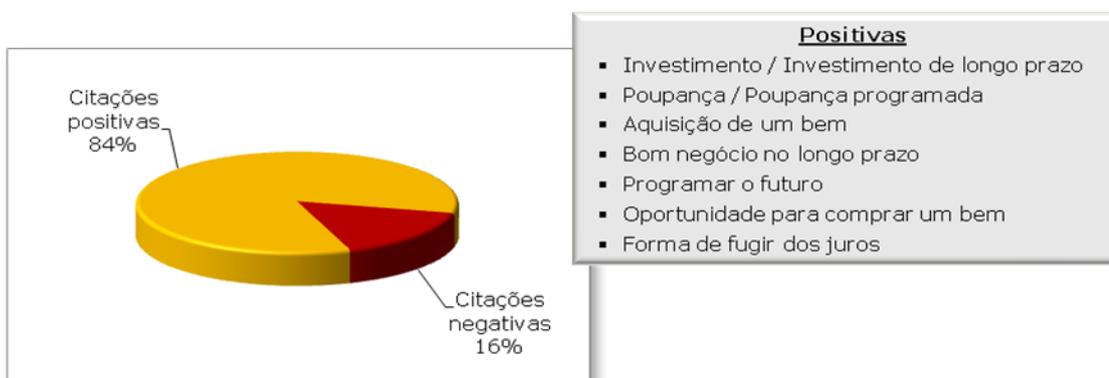
Citado por 49% dos consorciados entrevistados como sendo investimento, e por 51% como meio de aquisição, o levantamento sugere um perfil de planejador do futuro, quando, ao responder sobre “o que vem a cabeça quando ouve a palavra consórcio”, menciona principalmente os investimentos de longo prazo, poupança programada, aquisição de bem, bom negócio no longo prazo, programação do futuro, entre outros.

O que vem a cabeça do Consorciado quando ouve a palavra Consórcio?



Por outro lado, os trezentos potenciais consorciados, formados por 59% do sexo feminino, 56% acima dos 40 anos, sendo 69% casados e 42% com filhos menores de 19 anos, foram mais incisivos citando, em 84%, que consórcio é investimento, com 51% buscando informações para mais entendimento e futura decisão.

O que vem a cabeça do Potencial quando ouve a palavra Consórcio?

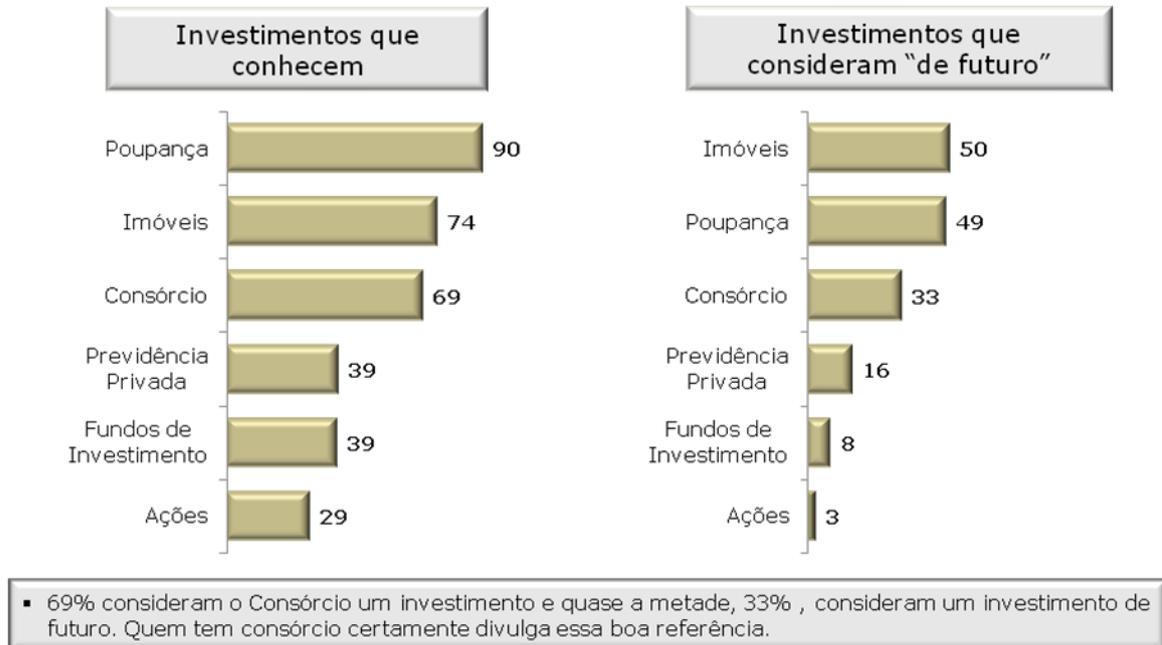


INVESTIMENTOS

Os resultados obtidos quanto ao perfil de investimentos conhecidos entre consorciados, indicaram a liderança da poupança, seguida dos imóveis e do consórcio. Ao ampliar, considerando os investimentos “de futuro”, os imóveis lideraram seguidos pela poupança e pelo consórcio.

“Trata-se apenas da confirmação da expressão da cultura do brasileiro, onde imóveis e poupança fazem parte. O sonho do brasileiro é a casa própria e “guardar” dinheiro tem uma história de mais de 150 anos”, explica Rossi. “Todavia, o mecanismo, citado em terceiro lugar, pode unir esses dois aspectos nos consórcios de imóveis, uma verdadeira poupança com o objetivo definido, realizando o sonho de consumo e formando ou ampliando patrimônios pessoal, familiar ou empresarial”, complementa.

Perfil de investimento dos Consorciados



A pesquisa obteve ainda informação sobre a recomendação que fariam a terceiros sobre investimentos. O consórcio foi novamente o terceiro mais citado, ficando, na média nacional, atrás dos imóveis e da poupança, com percentual maior que a soma, no total, dos três seguintes (previdência privada, fundos de investimentos e ações).

Investimento que recomendaria - Consorciados

	Total %	São Paulo %	Porto Alegre %	Fortaleza %	Goiânia %	Belém %
Imóveis	50	47	53	53	50	47
Poupança	44	44	45	42	47	40
Consórcio	37	48	26	32	46	28
Previdência Privada	14	10	18	12	14	16
Fundos de Investimento	6	6	8	2	4	6
Ações	2	1	2	1	4	6

COMPRA PLANEJADA

Ao falar sobre planejamento, uma das características de quem participa do Sistema, 62% responderam que agiram dessa forma antes de comprar uma cota de consórcio. A pesquisa apontou também as principais razões das adesões: boa imagem da administradora, acesso fácil às assembleias,

informações e suporte administrativo quando da contemplação. Entre os potenciais, os motivos mais citados para futura participação foram facilidade e garantia na retirada do bem, imagem da administradora e clareza na hora da venda.

Compra planejada?

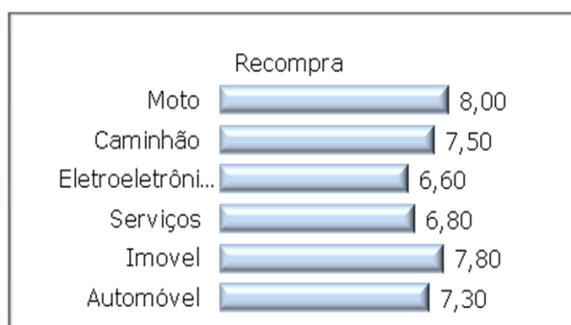
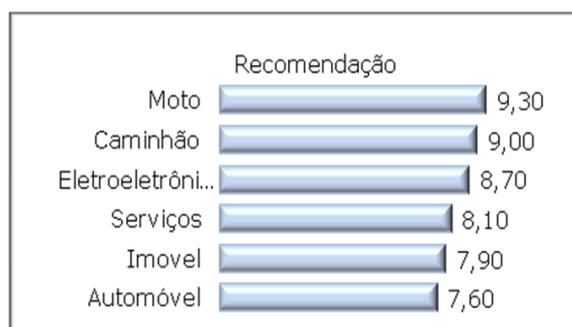


VOLTAR A COMPRAR E RECOMENDAR

Em respostas múltiplas, no formato escala entre 1 e 10, consorciados falaram sobre o desejo de recompra, ou seja, comprar uma nova cota permanecendo no Sistema, e se recomendariam o consórcio a terceiros. A tabulação mostrou uma forte tendência de recompra para os participantes de grupos de motos (8 pontos), imóvel (7,8 pontos), caminhão (7,5 pontos), automóvel (7,3 pontos), serviços (6,8 pontos) e eletroeletrônicos (6,6 pontos).

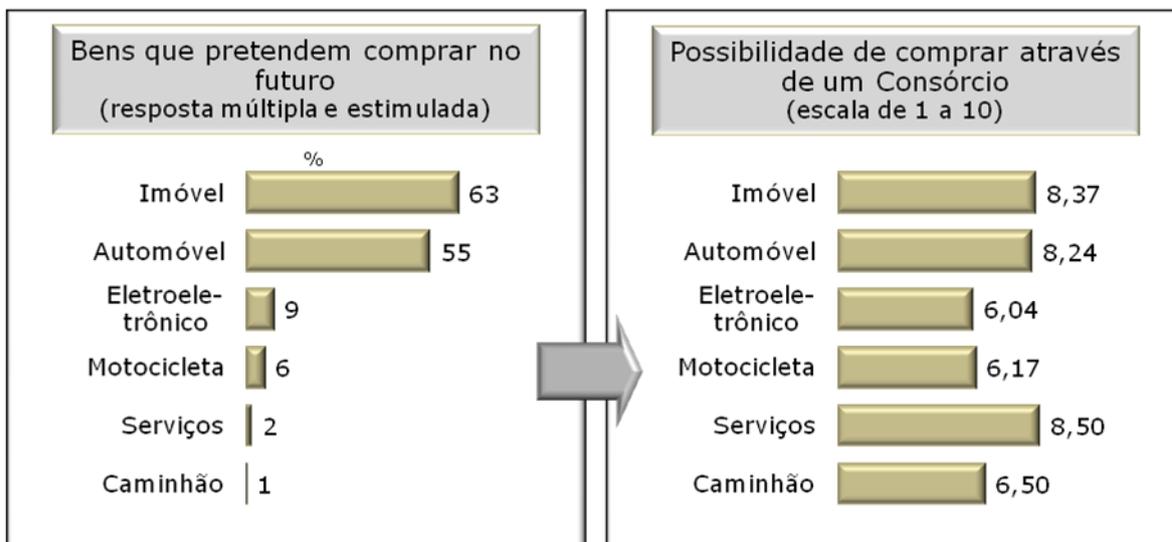
Quanto à recomendação, o setor de motos (9,3 pontos) novamente liderou, seguido de caminhão (9 pontos), eletroeletrônicos (8,7 pontos), serviços (8,1 pontos), imóvel (7,9 pontos) e automóvel (7,6 pontos).

Níveis de recomendação e recompra



Ao planejar o futuro, os potenciais consorciados comentaram o que pretendem adquirir. Focaram principalmente imóveis e automóveis. Sobre a possibilidade de essa realização ser concretizada via consórcio, citaram em primeiro lugar os grupos de serviços, nos quais os sonhos de consumo, de qualidade de vida e de autoestima são características mais presentes. Depois apontaram os imóveis e os automóveis.

O que os Potenciais procuram para comprar?



COMENTÁRIO FINAL

O crescimento do Sistema de Consórcios nos últimos anos, inclusive com recordes de participantes sendo batidos constantemente, mostram um brasileiro mais atento, mais consciente, decidindo com sabedoria e inteligência, utilizando as redes sociais, motivados pelos resultados das análises comparativas que fazem quando pretendem adquirir um bem ou contratar um serviço.

“As pesquisas, realizadas bienalmente pela ABAC, têm possibilitado às administradoras de consórcios ajustarem periodicamente suas estratégias buscando aprimorar suas ações e desenvolver novos formatos, utilizar meios de comunicação diferenciados, visando atingir o mercado consumidor de forma mais objetiva, fortalecendo o consumo responsável com custos menores”, finaliza o presidente da entidade.

MENSAGEM DO MÊS

POR SE TRATAR DE UMA MODALIDADE DE AUTOFINANCIAMENTO, O SISTEMA DE CONSÓRCIOS DISPENSA DINHEIRO PÚBLICO, OU SEJA, OS PRÓPRIOS PARTICIPANTES SE FINANCIAM E CONCEDEM CRÉDITO MÚTUA E RECIPROCAMENTE.

OUTRAS INFORMAÇÕES SOBRE O SISTEMA DE CONSÓRCIOS PODEM SER ENCONTRADAS NO SITE www.abac.org.br.

Clique em Consumidores e Conheça o Consórcio – Consórcio Passo a Passo. Também veja as seguintes cartilhas: FGTS + Consórcio = Casa Própria

e Consórcio, Uma Poupança Programada.

ACOMPANHE TAMBÉM OS CONSÓRCIOS PELO TWITTER www.twitter.com/abacweb.

JORNALISTA, CADASTRE-SE NA SALA DE IMPRENSA DO NOSSO SITE –
www.abac.org.br

ACESSE O HOTSITE DA CAMPANHA “O NOVO BRASIL REDESCOBRE O CONSÓRCIO”

Clique em www.redescubraconsorcio.com.br

A campanha institucional lançada pela ABAC Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios, denominada **O NOVO BRASIL REDESCOBRE O CONSÓRCIO**, tem seu foco principal na potencialização da visibilidade do Sistema de Consórcios no cenário nacional.

Ao acessar, o internauta poderá assistir vídeos específicos de setores, onde o consórcio está presente.

Há ainda orientação para localização de administradoras associadas, além de dados e explicações sobre o Sistema de Consórcios, com perguntas e respostas, cartilhas, notícias etc. Recentemente, foi atingida a marca de 120 mil visitas superando as anteriores 100 mil.



Mais informações:

**Jornais, Emissoras de Televisão,
Revistas, Sites e Emissoras de Rádio**

Claudio Licciardi

Celular: (11) 9.8258-0444

E-mail: prsc@dglnet.com.br