

PESQUISA REVELA AMADURECIMENTO DO CONSUMIDOR NO PÓS-PANDEMIA COM OPÇÃO PELO SISTEMA DE CONSÓRCIOS

1.600 conhecedores e usuários foram entrevistados e opinaram sobre diversas situações vividas nos consórcios no pós-pandemia

Recente pesquisa realizada pela Kantar Divisão de Pesquisa de Mercado, Insights e Consultoria da WPP, por solicitação da ABAC Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios, avaliou o comportamento de usuários e conhecedores do Sistema de Consórcios, considerando os efeitos causados pela pandemia no mercado consumidor em geral, nos últimos três anos.

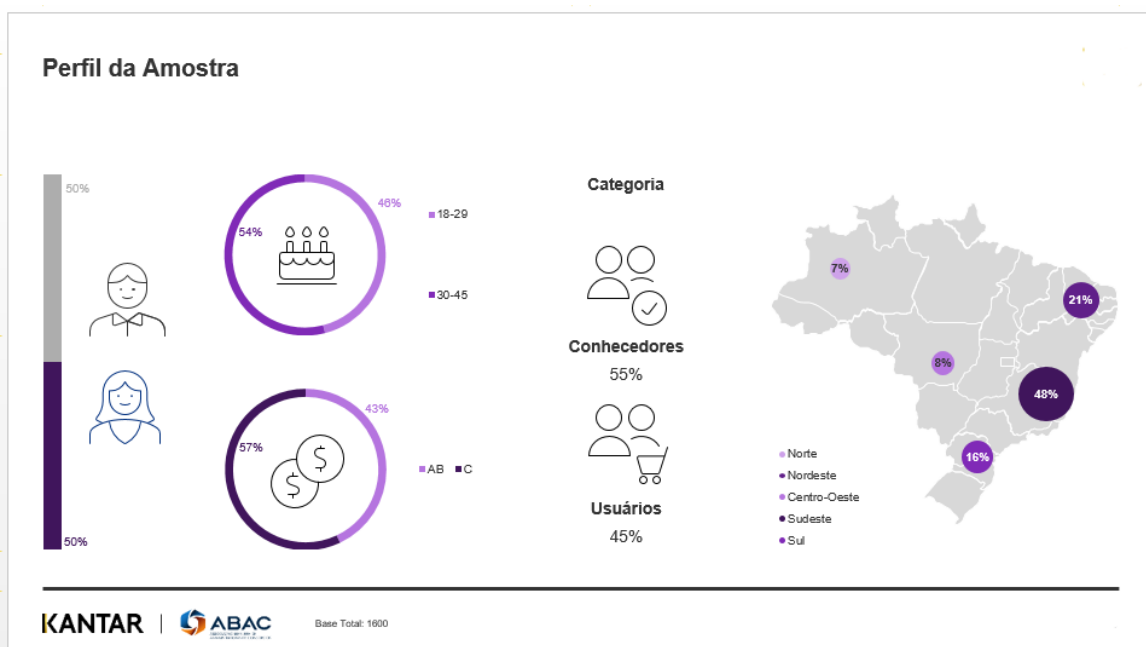
Entre os principais objetivos do levantamento, tendo como cenário o constante crescimento e quebra de recordes históricos da modalidade, esteve a validação da percepção quanto às vantagens e desvantagens do consórcio para encontrar novas oportunidades.

PERFIS E CARACTERÍSTICAS DA AMOSTRA

Na pesquisa feita em agosto, ao envolver 1.600 entrevistados, quantitativamente e qualitativamente, os resultados obtidos foram comparados aos das pesquisas anteriores de 2020 e 2021. Os questionamentos foram feitos a 50% de Homens e 50% de Mulheres, nas faixas etárias dos 18 a 29 anos e dos 30 a 45 anos, das classes sociais A, B e C.

Na metodologia aplicada, foram consultados 55% de conhecedores do mecanismo e 45% de usuários, divididos pelas regiões: 48% da Sudeste, 21% da Nordeste, 16% do Sul, 8% do Centro-Oeste e 7% do Norte.

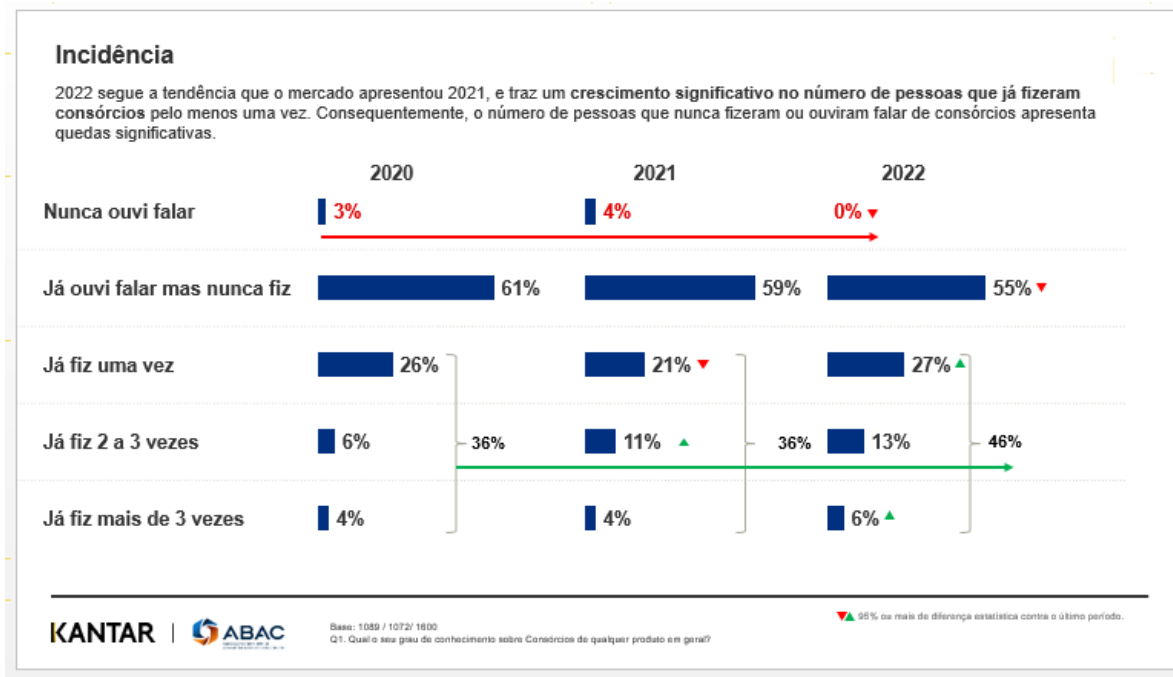
O contexto da pesquisa levou em consideração situações que, inicialmente, pareciam temporárias e que se tornaram mais usuais como o teletrabalho e o consequente aumento da produtividade na nova rotina. Com o "isolamento", houve mudanças também no comportamento familiar, profissional e social.



CONHECIMENTO E USO DO SISTEMA

O primeiro resultado apontou evolução do conhecimento sobre os consórcios, comprovado pelo avanço de usuários, que saltou de 36%, entre os que fizeram uma, duas, três ou mais vezes, em 2020, passando pela estabilidade em 2021. Neste ano, chegou aos 46%.

Ao contrário do que a princípio seria um fator de desestímulo à adesão ao consórcio, verificou-se que durante a pandemia da covid-19 o Sistema de Consórcios teve ampliação de sua base de consorciados ativos. O crescimento deve ser creditado aos homens e às mulheres da classe C, das regiões Sudeste e Nordeste. Como contrapartida, houve redução para zero entre os que nunca tinham ouvido falar na modalidade. Em 2020 eram apenas 3%, em 2021, 4% e em 2022 chegou-se a 0% de consumidores que não sabiam o que era consórcio.



MOTIVOS PARA TER ADERIDO A UM CONSÓRCIO

A grande influência da pandemia no modo de vida das pessoas provocou razões diferenciadas para adesão ao consórcio, com muitas tendo como base a essência da educação financeira. A mais citada, espontaneamente, foi: "primeiro investimento, apoiado em adquirir um bem de alto valor". Enquanto em 2020, havia 42% de indicação, um ano depois, em 2021, o crescimento atingiu 51% e, neste ano, com influência de mulheres das classes A e B, especialmente as das regiões Centro-Oeste e Nordeste, chegou-se a 61%, alta de 19 pontos percentuais.

Outro destaque foi a informação que "o consórcio é um jeito de guardar dinheiro", cujo aumento de 26%, em 2020, passou para 27%, no ano seguinte, e avançou oito pontos percentuais, até os 35%, em 2022, influenciado por homens da Classe C.

E ainda, o consórcio foi mencionado como aqueles que "as parcelas eram compatíveis com a minha renda/parcelas que cabiam no meu bolso", que oscilaram de 38%, em 2020, para 41%, em 2021, retraindo-se para 24%, em 2022.

ONDE FORAM OBTIDAS AS INFORMAÇÕES

Entre as principais fontes de conhecimento para usuários, os locais mais apontados foram as Concessionárias, especialmente para os que desejavam veículos, seguidos de Lojas, tanto de administradoras como de magazines, bem como as agências bancárias que têm tido protagonismo na categoria, tornando-se um dos principais meios de difusão do Sistema de Consórcios. Enquanto em 2020, atingiam 38%, em 2021, subiram para 39%, e neste ano alcançaram 40%.

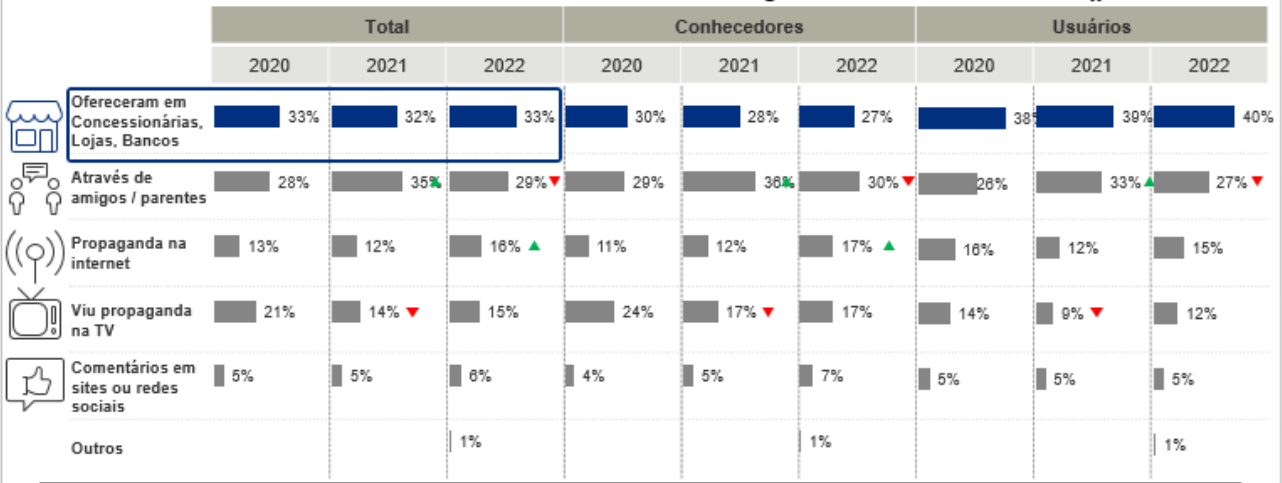
Já em meio aos conhecedores, a indicação de amigos e parentes continuou sendo a principal fonte de informação, com variações de 29%, em 2020, passando a 36%, em 2021, cravando 30% neste ano.

A propaganda na internet registrou aumento de procura na média entre conhecedores e usuários: de 13%, em 2020, passou para 12%, no ano passado, e atingiu 16%, em 2022.

Televisão e rádios também foram citados com menores desempenhos no período.

Fonte de Conhecimento de Consórcios

Entre as fontes de conhecimento... **Concessionárias, Lojas e Bancos** assumem o protagonismo da categoria, se tornando o principal meio de comunicação de consórcios. A mudança está diretamente ligada ao grupo de usuários que apresentam uma forte relação com esse meio. Porém, entre os conhecedores da categoria, a **indicação de amigos e parentes** continua sendo a principal fonte de conhecimento, mesmo com a queda significativa em 2022.



KANTAR | ABAC

Base: 1600/ 877/ 723
Q2. Como você ficou conhecendo o produto consórcios?

▲ 95% ou mais de diferença estatística contra o último período.

O QUE FOI COMPRADO VIA CONSÓRCIO

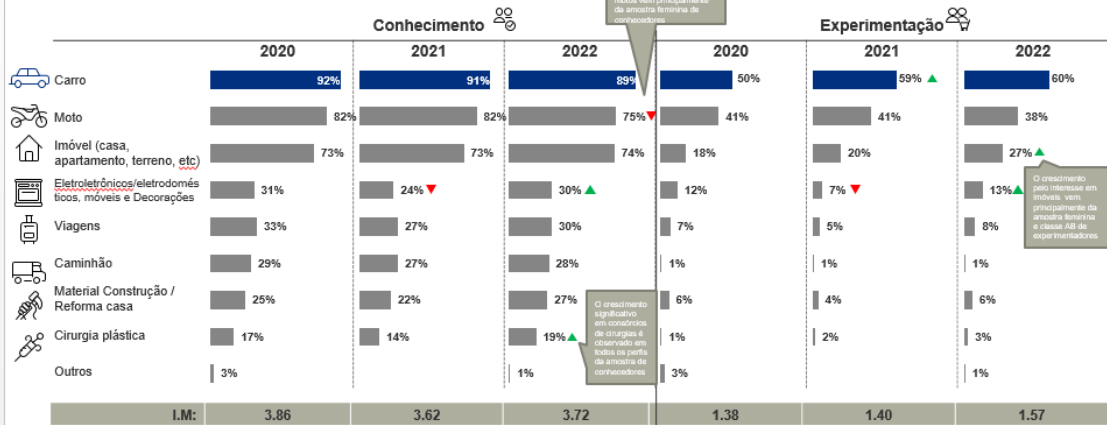
Nas respostas ouvidas sobre os bens e serviços mais conhecidos ou adquiridos via consórcio, o carro continuou sendo o mais referenciado, tanto entre os conhecedores quanto entre os experimentadores. Enquanto em 2020 eram 92% de indicações de conhecimento, em 2021, apontou para 91% e, chegou a 89%, neste ano. Já para os experimentadores, os percentuais sinalizaram altas constantes de 50%, em 2020, para 59%, em 2021, e depois para 60%, em 2022.

As motocicletas foram bastante lembradas, como segundo bem mais relevante na categoria. Apesar de ter apresentado retração nos três anos, foram assinaladas por 82% em 2020 e 2021, atingindo a marca de 75%, neste ano, uma retração responsabilizada às Mulheres conhecedoras. Para os usuários, os percentuais também se contraíram. Dos iniciais 41%, nos dois primeiros anos, 2020 e 2021, ficaram em 38%, em 2022.

Em contrapartida, nos imóveis, os conhecedores apresentaram estabilidade ao longo do triênio. O percentual oscilou de 73% em 2020 e 2021, para 74% em 2022. Do outro lado, houve avanço significativo entre os experimentadores. Dos 18%, em 2020, subiu para 20%, no ano seguinte, e chegou aos 27%, neste ano, creditado especialmente à amostragem feminina das classes A e B.

Conhecimento e Experimentação dos Tipos de Consórcios

Carro continua sendo o bem com maior volume de consórcios, tanto entre os conhecedores quanto entre os experimentadores. Moto também continua sendo o segundo bem material mais relevante na categoria, porém apresenta uma **queda significativa em 2022**. Em contrapartida, imóveis apresenta uma tendência de crescimento ao longo dos anos, principalmente entre o grupo de experimentadores.



KANTAR | ABAC

Base: Usuários (353/ 376/ 723)
Q7. Quais os tipos de consórcio que você conhece, mesmo que só de ouvir falar?
Q8. Quais os tipos de consórcio você já teve?

▲ 95% ou mais de diferença estatística contra o último período.

Os consórcios de caminhões, eletroeletrônicos e outros bens móveis duráveis e de serviços, incluindo reforma de imóveis, viagens, cirurgias plásticas, foram também bastante procurados, permanecendo estáveis, e oscilando, por vezes, ligeiramente para cima ou para baixo, em algumas situações ou épocas.

A ESCOLHA PARA ADESÃO

Ao questionar sobre aspectos importantes na escolha do consórcio, considerando mais de uma opção, a pesquisa qualitativa observou que, com target de 10 anos a um ano atrás, os focos foram: "Primeiro investimento, comprar um bem de alto valor", "poupança forçada, o boleto me obriga a pagar", e "forma fácil de financiar, adquirir um bem de alto valor sem comprovar renda e sem entrada".

Também mereceram realces situações como: "menos juros, parcelas e valor final mais baixos", "destino tangível ao dinheiro, eu sei o que vou receber no final do contrato" e "menos tempo pagando, quando comparado ao tempo do financiamento, o consórcio dura menos".



ALERTA SOBRE DESISTÊNCIA

Ao lembrar a essência da educação financeira, que recomenda planejamento das finanças pessoais, o levantamento constatou ainda razões para desistência de participação em grupos de consórcios. Entre os vários motivos citados estiveram "a diminuição de renda, provocada pela pandemia, perda de emprego, descontrole financeiro", seguido por "supervalorização do bem, os preços de carros e imóveis subiram e as correções não acompanharam os valores", e ainda "aumento do custo de vida, cortes foram feitos para que mantivessem o padrão de vida".



A PERCEPÇÃO DOS USUÁRIOS E MELHORIAS PROPOSTAS

O prazo de duração de consórcio aparece de maneira acentuada na visão dos usuários, sendo um dos fatores mais citados no momento de decisão para participação em grupo de consórcio.

Junto com o entendimento de ser um investimento econômico a longo prazo, uma forma de facilitar a compra, o destaque no levantamento da questão acerca das percepções dos usuários sobre o consórcio pode ser avaliada pelas expressões: "consórcio é para quem planeja a longo prazo, que não tem pressa, que não é afobado", "o consórcio é uma forma de facilitar a posse de um bem/produto", "o consórcio é uma forma de economizar/ forçar a guardar dinheiro", "consórcio tem menores custos que as outras formas de adquirir um bem" e "consórcio é uma das formas mais seguras de você adquirir um bem".

Paralelamente às diversas situações mencionadas, houve ainda referência às melhorias que poderiam ser utilizadas no aprimoramento futuro dos consórcios como: "oferecimento de parcelas que caibam no bolso", "atendimento personalizado" e "oferecimento de prazos adequados para o planejamento financeiro".

CONSÓRCIOS CADA VEZ MAIS PRÓXIMOS DE CONHECEDORES E USUÁRIOS

"Ao analisar as respostas e os comentários citados nos três anos – 2020, 2021 e 2022, considerando a convivência com a pandemia da Covid-19, foi possível concluir que os resultados obtidos junto a conhecedores e a usuários do Sistema de Consórcios evidenciam maturidade do consumidor, baseado principalmente pela evolução do conhecimento sobre educação financeira", comenta Paulo Roberto Rossi, presidente executivo da ABAC.

A pesquisa aplicada em todo o território nacional, guardadas as proporções populacionais, revelou que o constante avanço na divulgação tem gerado mais interesse e adesões propiciando recordes históricos de participantes.

As colocações, tanto na pesquisa qualitativa como na quantitativa, demonstraram o quanto o consumidor em geral e os consorciados estão cada vez mais atentos aos seus compromissos financeiros, adequando-se a novos hábitos, preservando as finanças pessoais e concretizando aquisição de bens ou contratação de serviços em longo prazo, independente de gênero, faixa etária ou classe social, pelos consórcios.

Apesar das turbulências vivenciadas no dia a dia das pessoas e famílias, alguns sonhos, como o da casa própria, do novo carro, mantiveram-se. Com as características de planejamento e baixo custo do consórcio, os consumidores mantiveram seus planos, uma vez que as parcelas se encaixam nos seus orçamentos.

O Sistema de Consórcios, que acaba de completar 60 anos de história, segue sólido. É um mecanismo que possibilita a formação ou ampliação de patrimônios, individuais ou empresariais. Além disso, é visto por muitos como um investimento econômico, como por exemplo, na locação de imóveis, renovação ou ampliação de frotas, entre outros", finaliza Rossi

Kantar - Nota Técnica

Projeto 30403500 - Projeto Consórcios 22 ABAC

O projeto foi realizado com a população geral.

Período de realização da coleta de dados: Agosto de 2022

Método de coleta: Entrevistas quantitativas online através de painéis

Local onde a pesquisa foi realizada: Todas as regiões do Brasil

Público-alvo: Homens e Mulheres, de 18 a 45 anos, classes ABC

Tamanho da amostra: 1.600 entrevistas

Erro Máximo Amostral: 2.4 pontos percentuais com 95% de confiabilidade

CARTILHA DIGITAL

A ABAC Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios disponibiliza a cartilha digital *Transforme Sonhos em Projetos – Planejamento, Poupança e Crédito Consciente*.

Com conteúdo orientando a transformação de sonhos em projetos, a cartilha é baseada na essência da educação financeira, que ensina a gerenciar o dinheiro, planejar e poupar para o futuro, e, inclusive, se proteger contra fraudes.

Para acessar a cartilha digital, acesse o site www.abac.org.br e clique em Blog da ABAC – Educação Financeira.

**CAMPANHA INSTITUCIONAL
"Chegou sua vez. Vai de Consórcio"**

Acesse:

<https://www.consorciodeaaz.org.br>

SABER FINANCEIRO - UM SITE FOCADO EM EDUCAÇÃO FINANCEIRA

A Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios disponibiliza um canal de comunicação para consumidores e investidores financeiros Focado no tema "Educação Financeira".

O novo site da entidade - <https://saberfinanceiro.org.br> - disponibiliza conteúdo exclusivo Sobre o assunto, que possibilita aos interessados testar seus conhecimentos E melhorar sua compreensão sobre o mercado financeiro.

NOVIDADE - CONSÓRCIOS DE A A Z NA INTERNET

A Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios proporciona vídeos e podcasts na internet com informações sobre a modalidade.

A ABAC, entidade representativa do Sistema de Consórcios, está disponibilizando mais informações sobre a modalidade por meio de um novo e exclusivo site: <https://consorciodeaaz.org.br>.

GUIA CONSÓRCIOS DE A A Z

A Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios coloca à disposição o Guia Consórcios de A a Z.

Todas as informações sobre o Sistema de Consórcios, desde a adesão até o encerramento do grupo.

Acesse: <https://materiais.abac.org.br/guia-consorcio-de-a-a-z>



PROGRAMA DE CERTIFICAÇÃO ABAC - PCA 10

A Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios oferece o Programa de Certificação ABAC, destinado aos profissionais de vendas e representantes de administradoras de consórcios, sejam associadas ou não à entidade de classe. Trata-se da primeira certificação exclusiva do Sistema de Consórcios, o PCA10.

Saiba mais em <https://certificacaoabac.org.br>.

CONHEÇA A CARTILHA "NA CORDA BAMBA" SOBRE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

ACESSE: <http://materiais.abac.org.br/cartilha-educacao-financeira>.



Outras informações sobre o sistema de consórcios podem ser encontradas no site <https://abac.org.br>.

Voltado ao consumidor, o portal conta com uma estrutura simples e intuitiva para incentivar o leitor a navegar e conhecer mais sobre os consórcios.

Jornalista, cadastre-se na sala de imprensa do nosso site - <http://abac.org.br/imprensa/cadastrode-jornalistas>.

Acompanhe também os consórcios pelo **twitter** - <https://twitter.com/abacweb>.

Mais informações:

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

Claudio Licciardi

Celular: (11) 9.8258-0444

E-mails: prsc@dglnet.com.br;

assessoriaimprensa@abac.org.br;

claudiodaprsc@gmail.com