

## Com restrição no crédito, consórcio passa a atrair público mais jovem



[Clique aqui para abrir a imagem](#)

Agência Brasil

Executivo de vendas no mercado publicitário, Pedro Aragão, 26 anos, fez um consórcio no final de 2020 para adquirir um imóvel em São Paulo para o qual deve se mudar nos próximos meses com sua noiva.

"Comecei a pesquisar as taxas de juros e, vendo o quanto conseguia guardar por mês, vi que não seria viável comprar o imóvel pelo formato tradicional do financiamento bancário e passei a avaliar o consórcio", afirma Aragão.

O consórcio, no qual um grupo de pessoas com um objetivo em comum se reúne para fazer a compra de determinado bem ou serviço, tem como vantagem não ter a cobrança de juros.

No consórcio, em vez dos juros, há a cobrança de uma taxa de administração, que, no caso do contrato fechado por Aragão na fintech Mycon, é de 9,99% em relação ao valor da carta de crédito de R\$ 300 mil pelo prazo de vigência da operação.

O contrato do consórcio em questão, que tem o valor reajustado periodicamente pela inflação, tem um prazo de 180 meses, e o executivo de vendas foi contemplado via sorteio em abril de 2020.

"Fui contemplado por sorteio no 16º mês, mas sabia que podia demorar alguns anos e, se demorasse mais tempo, tinha planos de alugar um imóvel mais em conta para conciliar a parcela do consórcio com o aluguel", diz Aragão.

Em um cenário de juros altos e aumento do endividamento e da inadimplência, com contração na concessão de crédito pelos bancos, a demanda por consórcios vem em alta ao longo dos últimos meses.

Segundo dados da **Abac** (Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios), de janeiro a abril de 2023, o volume de crédito comercializado no setor totalizou R\$ 89,8 bilhões, o que corresponde a um crescimento de 20,5% na comparação com o mesmo período do ano passado.

Com o financiamento mais caro por conta dos juros altos, a alternativa do consórcio para a aquisição de bens como imóveis, automóveis e eletrodomésticos começa a atrair um público de faixa etária mais baixa.

"O público mais jovem tem um histórico menor de pagamentos nos bancos e acaba sendo o que mais sente o momento econômico adverso. Nesse cenário, o consórcio se torna uma alternativa por oferecer condições mais flexíveis", afirma Paulo Calderon, diretor executivo da área de consórcios do Porto Bank.

Presidente executivo da **Abac**, **Paulo Roberto Rossi** afirma que, ao longo dos últimos meses, a associação tem promovido campanhas, com inserções em transmissões de jogos de futebol na rádio, postagens nas redes sociais e divulgações com influenciadores digitais, de modo a chamar a atenção do público mais jovem a respeito do sistema de consórcios.

Segundo Rossi, levar educação financeira para essa parcela da população, para que ela tenha um primeiro contato com o consórcio, é um dos principais objetivos da associação do setor ao promover essas campanhas.

"Pela educação financeira, o jovem, o consumidor de meia-idade ou o mais idoso, têm condições de conhecer o produto financeiro e optar por aquele que mais se adequa às suas necessidades e perfil", afirma o presidente da **Abac**.

No Consórcio Magalu, os esforços para se comunicar com um público mais jovem por meio das redes sociais se refletiu em um aumento expressivo dessa base de clientes nos últimos anos.

No final de 2021, os clientes da empresa entre 18 e 25 anos representavam cerca de 3,9% do total, percentual que passou para 10% em abril de 2023, o que representa cerca de 10 mil clientes na faixa etária, em relação ao total de aproximadamente 100 mil participantes atendidos pela empresa.

Diretor comercial do Consórcio Magalu, Edvaldo Ferraro afirma que a comunicação com esse público necessita ser mais explicativa, com mais informações a respeito do funcionamento do produto, uma vez que, em muitos casos, se trata do primeiro consórcio contratado.

Segundo Ferraro, a linha de eletroeletrônicos, em especial os videogames, são uma das alternativas mais buscadas pelo público de faixa etária mais baixa quando recorrem ao consórcio. As motos vêm na sequência entre as preferências. As taxas de administração nas modalidades variam entre 18% e 24%.

"Há um esforço grande do sistema de consórcio em rejuvenescer a base de participantes", afirma o diretor do Consórcio Magalu. "Vendemos para quem tem 20 anos, mas também para quem tem 70, 80. Sonho não tem idade", acrescenta o executivo.

Na fintech Mycon, dedicada ao mercado de consórcios, cerca de 30% dos clientes da empresa têm entre 25 e

35 anos.

Segundo Bruno Borges, diretor de marketing do Mycon, o fato de ser uma empresa totalmente digital, com a divulgação de conteúdo de educação financeira pelas redes sociais e via vídeos no YouTube, acaba contribuindo para uma base de clientes mais jovem.

"O consórcio tem mais de 60 anos de mercado e é comum atribuímos a ele a roupagem de um produto mais antigo, mas, quando levamos para o digital, começamos a atrair um público mais novo", diz Borges.

Além de ter feito o consórcio do imóvel por meio da fintech, Pedro Aragão conta também ter comprado cotas pela mesma empresa para adquirir uma motocicleta, cuja carta de crédito ele adquiriu em fevereiro deste ano após fazer um lance ofertando 20% do valor, que foi posteriormente revendida.

Além dos sorteios periódicos em que o participante pode ser contemplado, também existe a opção do lance, em que se faz uma oferta da antecipação de um determinado valor do contrato para levar a carta mais cedo.

"Vejo o consórcio como uma forma de obter rentabilidade, seja através da venda da carta contemplada ou pela própria formação de patrimônio", diz Aragão.

Ele acrescenta que considera o consórcio uma forma mais em conta para adquirir bens de valor elevado em comparação ao financiamento, mas ressalta que essa é uma opção atraente para aquelas pessoas que não necessariamente precisam do bem com urgência, já que o participante pode demorar alguns meses ou anos até a contemplação.

Fonte(s): Jcnet

**Assuntos e Palavras-Chave:** ABAC - ABAC, Paulo Roberto Rossi