

PESQUISA APONTA AS PRINCIPAIS RAZÕES PARA O CRESCIMENTO CONSTANTE DO SISTEMA DE CONSÓRCIOS EM 2024

Entrevistas e discussões em grupo revelaram, qualitativa e quantitativamente, os avanços do mecanismo nos últimos doze meses

Durante 2024, o Sistema de Consórcios apresentou crescimento recorde de adesões atingindo 4,49 milhões de vendas de cotas, no acumulado de janeiro a dezembro. Ao anotar 7,4% sobre o total de 2023 no mesmo período, contabilizou R\$ 378,73 bilhões em negócios realizados, com 11,21 milhões de participantes ativos, conquistando consecutivamente, mês após mês, montantes inéditos.

A exemplo do ocorrido em anos anteriores, a ABAC Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios encomendou pesquisas qualitativa e quantitativa à Kantar Brasil, líder em dados, *insights* e consultoria, com o objetivo de avaliar as razões dessa evolução e entender a relação dos consumidores com o Sistema de Consórcios.

Realizados em setembro, as entrevistas e os grupos de trabalho captaram as percepções de consorciados e de potenciais participantes quanto às vantagens e desvantagens da modalidade. Buscou-se ainda identificar pontos de aprimoramento no relacionamento das administradoras com os consorciados.

Nas entrevistas e sessões feitas com usuários e conhecedores do mecanismo pelo Brasil, o foco foi compreender suas demandas em todos os aspectos relacionados ao produto consórcio.

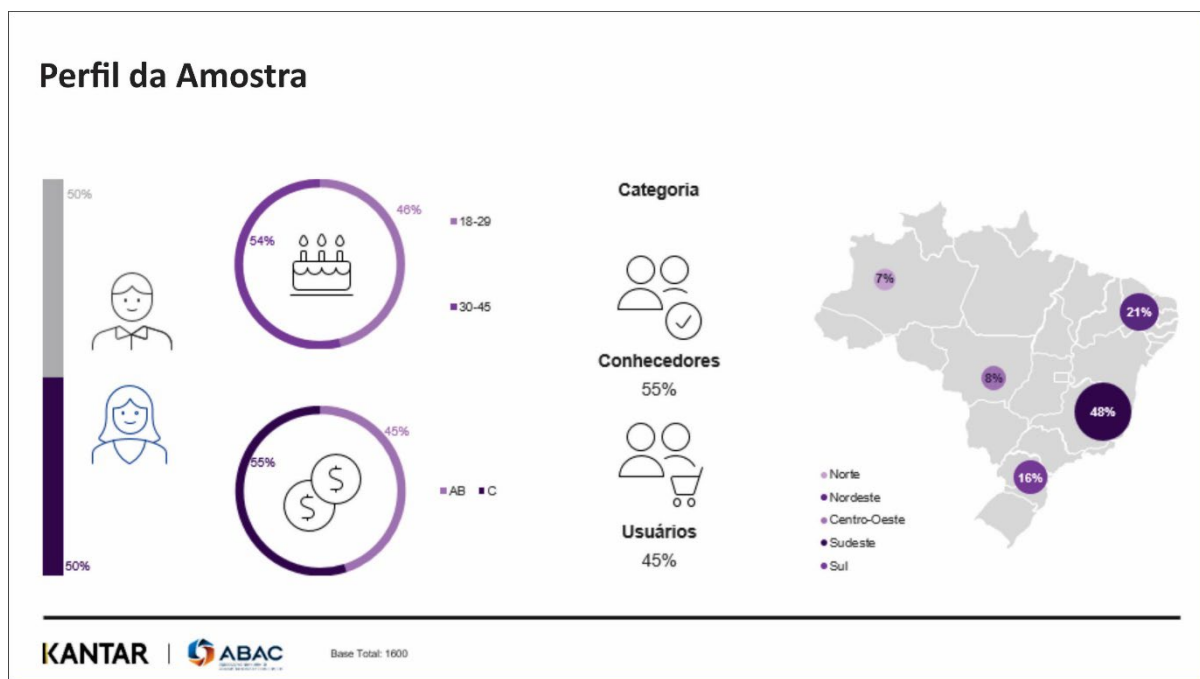
QUEM FORAM OS ENTREVISTADOS

As recentes pesquisas, desenvolvidas nas cinco regiões do país e pela quinta vez consecutiva nos últimos anos, entrevistaram 1.600 consumidores em situações específicas e realizaram quatro sessões de discussões em grupo. Em todas, o propósito foi recolher dados quantitativos e qualitativos para fins de comparação com os obtidos em edições passadas, além de novas informações sobre as principais motivações.

O total de entrevistados, composto 50% por homens e 50% por mulheres, na faixa etária dos 18 a 45 anos, sendo 46% de 18 a 29 anos e 54% de 30 a 45 anos, foram, basicamente de três classes sociais. A abrangência incluiu 45% da A e B e 55% da C.

Na metodologia aplicada, foram consultados 55% de conhecedores da modalidade e 45% de usuários, originários das regiões: Sudeste, com 48%; Nordeste, com 21%; Sul, com 16%; Centro-Oeste, com 8%; e Norte, com 7%.

A fase qualitativa envolveu os gêneros masculino e feminino na faixa etária entre 29 e 57 anos, das classes A, B, B2 e C. Foram organizados quatro grupos de discussão: dois formados por consorciados de imóveis e de veículos e outros dois dos mesmos bens somente com desistentes.



OS APONTAMENTOS DAS SITUAÇÕES QUALITATIVAS

Pelo foco qualitativo, nas sessões de discussões foram observadas algumas percepções sobre como “controlar o impulso de comprar”, “pensar a longo prazo”, “guardar dinheiro, ter uma reserva” e “saber exatamente quanto gasta”.

Nos comentários dos participantes, em especial os mais avançados, foram identificados o desejo de poupar alguma quantia e investir.

A importância da educação financeira pode ser ainda constatada entre aqueles que, apesar de certa dose de impulsividade, avaliaram a existência ou não de condições para arcar com a compra, ou ainda, se a melhor atitude seria adiá-la e economizar para uma futura aquisição à vista ou mesmo acumular para uma entrada maior, no caso de financiamento.

As experiências bem-sucedidas mostraram que a essência estava em “ter clareza quanto às regras de contemplação”, “não ter pressa”, “ser capaz de se planejar incluindo a possibilidade de ofertar lance”.

Houve quem relatasse compras feitas sem pensar, sem considerar os compromissos já assumidos como parcelamento de cartão de crédito, financiamento ou mesmo de consórcio. Acrescente-se as oscilações da renda mensal e o aumento de custo de vida que, muitas vezes,

comprometeram o pagamento das parcelas, face à inexistência de reservas financeiras às quais se poderia recorrer.

O básico está em ter consciência de que é importante mudar o comportamento, aprender a lidar melhor com o dinheiro, mas por vezes, a vida financeira se desorganiza, gastam mais do que ganham.

Com o amadurecimento financeiro - por vezes decorrentes de experiências negativas como o endividamento -, a solução passou efetivamente pelo caminho da educação financeira.

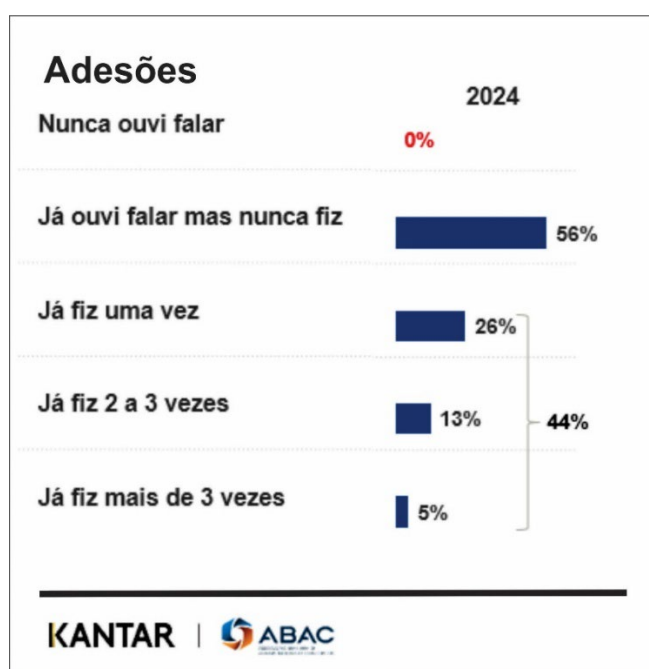
A partir desta mudança comportamental, teve início algum tipo de planejamento, incluindo não gastar dinheiro de forma impulsiva. Os primeiros efeitos apareceram com os controles mensais do fluxo de caixa e dos gastos, e com o desejo de desenvolver o hábito de poupar e investir.

Uma novidade apresentada, que reforçou a mudança de postura, esteve naqueles que, por saber mais sobre educação financeira, entenderam o consórcio como parte de seu planejamento. Ao pensar nas próximas décadas, visavam garantir, por exemplo, a casa própria para os filhos. Numa sinalização maior, formar patrimônio com objetivo de ter uma segunda fonte de renda, considerando a aposentadoria.

Na conclusão desta pesquisa qualitativa, houve citações que valorizaram o consórcio como sendo uma "escolha mais inteligente" do que o financiamento, mais alinhada aos preceitos da educação financeira. E ainda: considerado vantajoso economicamente, o consórcio exige a renúncia a ter o bem de imediato, uma de suas principais características. E, caso o consumidor deseje ter o bem rapidamente, é necessário planejar um lance.

OS COMENTÁRIOS INICIAIS

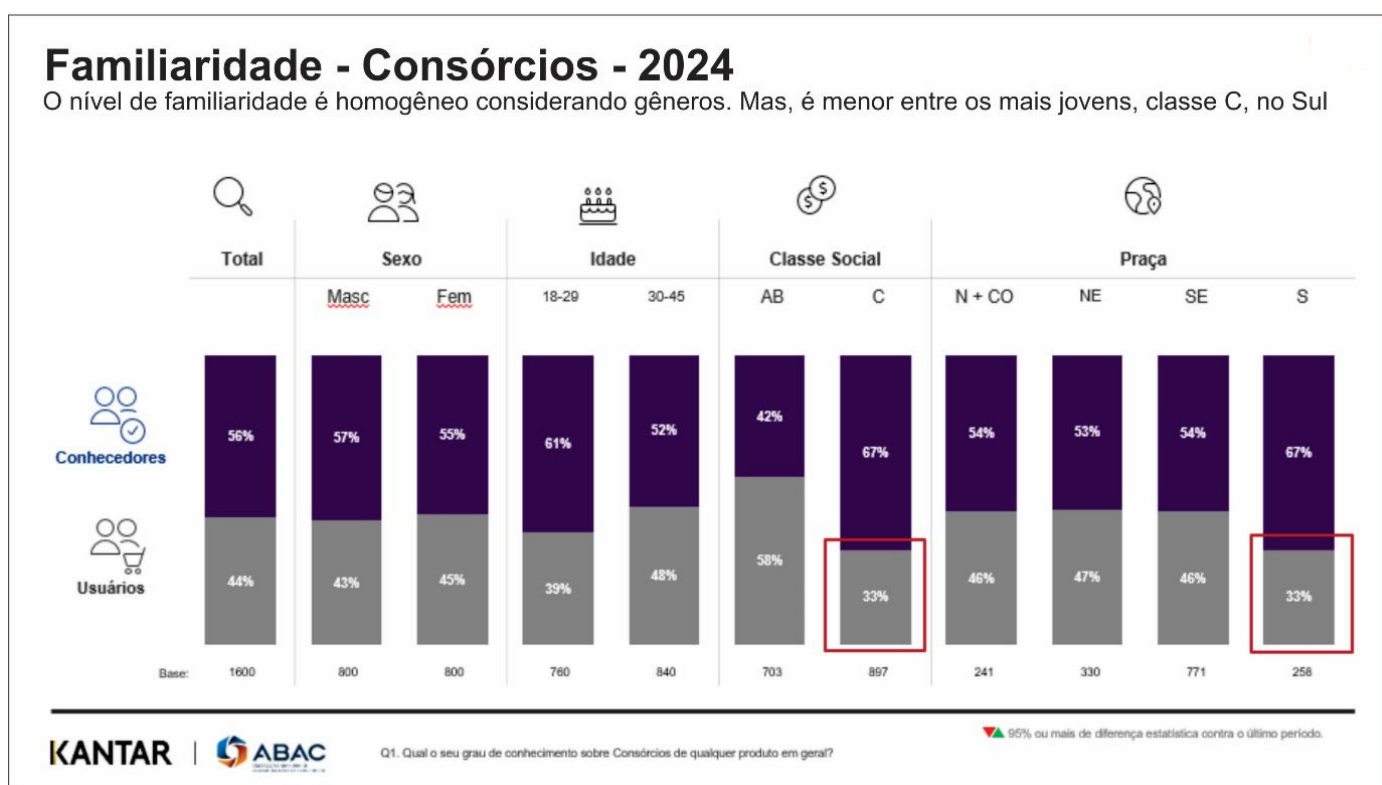
Entre os entrevistados na pesquisa quantitativa, foram registrados 44% de pessoas que já aderiram uma ou mais vezes ao consórcio, e os demais 56% ficaram para aqueles que conhecem o produto, mas nunca aderiram ao Sistema.



A FAMILIARIDADE COM O CONSÓRCIO

Ao segmentar e regionalizar o universo de consultados, observou-se que entre os 56% de conhecedores e 44% de usuários, houve homogeneidade no nível de familiaridade de gêneros com o consórcio. Enquanto variaram de 55% a 57%, entre os conhecedores, alteraram de 43% a 45% nos usuários.

Contudo, nos demais critérios, os conhecedores registraram o inverso: menor familiaridade na região Sul, com 67%, sendo 57% masculina, com predominância de 61% na faixa etária de 18 a 29 anos, e 67% da classe C.

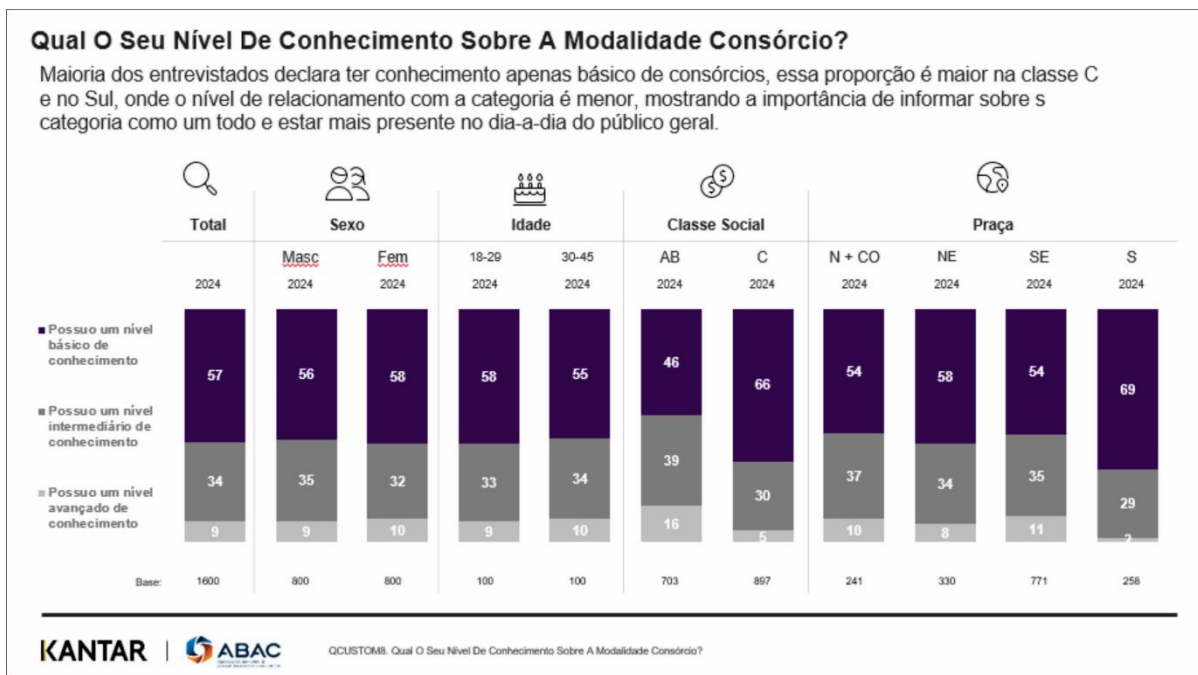


Em paralelo, entre os usuários, a familiaridade com o mecanismo esteve mais presente nas classes AB, com 58%; equilíbrios nas regiões Nordeste, Sudeste, Norte e Centro-Oeste, variando entre 46% a 47%; e no gênero, de 43% a 45%. A predominância esteve na faixa etária de 30 a 45 anos, com 48%.

CONHECER MAIS SOBRE CONSÓRCIO

Ainda entre os conhecedores de consórcio, o nível de informação básica foi bastante elevado na classe C, com 66%, principalmente na região Sul, onde atingiu 69%, em especial entre as mulheres e os jovens de 18 a 29 anos, com 58%, indicadores que sinalizam bom potencial de futuras adesões.

Com nível médio de informação as classes A e B tiveram 39% contra 30% das classes C. Em geral, os percentuais relativos a esse nível de conhecimento variaram entre 29% a 39% para os quesitos sexo, idade, classe social e região geográfica.



No nível mais alto de conhecimento a oscilação variou, em todos os ângulos analisados, de 2% a 16%, preponderando a faixa de 8% a 10%.

CONHECER E EXPERIMENTAR

Nestes dois temas, apesar da estabilidade com viés positivo de conhecimento, houve, em carros, maior setor de participantes ativos, avanço de quatro pontos percentuais de 2023 para 2024, ao saltar de 81% para 85%. Como consequência houve um ponto a mais na experimentação, ao pular de 56% para 57%, no mesmo período.

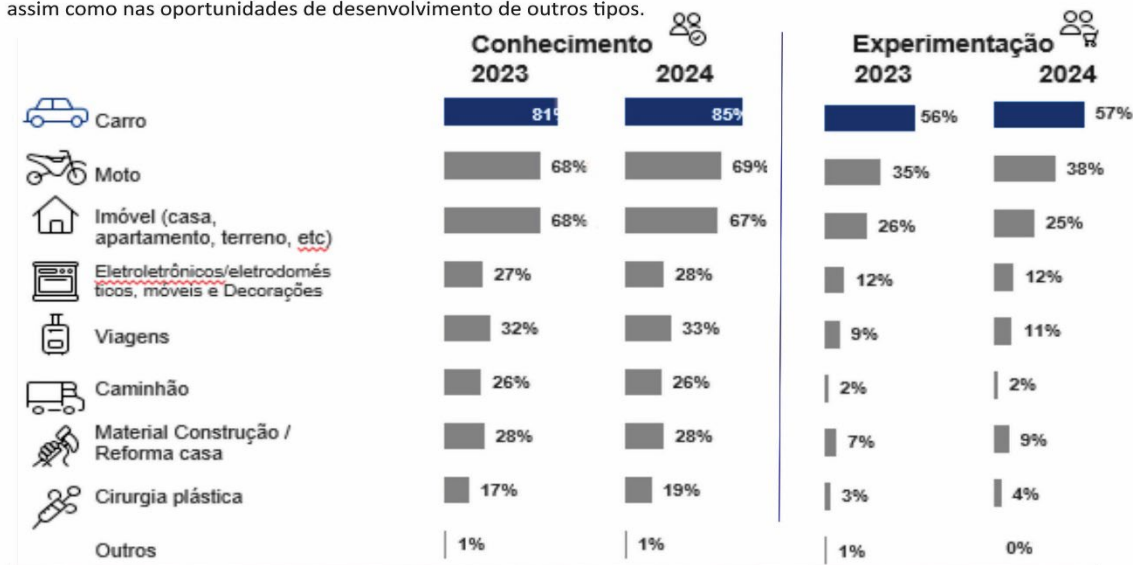
Ainda na relação do ano passado com o anterior, o setor de motos, segundo maior em consorciados ativos, também apresentou progresso. O conhecimento registrou elevação de 68% para 69%, enquanto a experimentação aumentou três pontos, ao ascender de 35% para 38%.

No segmento de imóveis, um dos mais procurados em 2024, com terceira maior presença de participantes ativos, ocorreu ligeira retração no conhecimento, de 68% para 67%, enquanto na experimentação, caiu de 26% para 25%, o que demonstra estabilidade.

Os demais setores oscilaram entre a estabilidade e o crescimento, apontando para resultados positivos.

Conhecimento e Experimentação dos Tipos de Consórcios - Usuários

Estabilidade nos tipos de consórcio mais conhecidos e utilizados, focados em carro, moto e imóveis, assim como nas oportunidades de desenvolvimento de outros tipos.



KANTAR

ABAC

Base: Usuários (353/ 376/ 723/715)

Q7. Quais os tipos de consórcio que você conhece, mesmo que só de ouvir falar?

Q8. Quais os tipos de consórcio você já teve?

POR QUE ESCOLHER O CONSÓRCIO?

Ao comentarem as razões das adesões a grupos de carros, motos, imóveis ou outros bens e serviços, os usuários entrevistados repetiram espontaneamente: "o consórcio é um jeito de guardar dinheiro".

Como motivos complementares, expressaram que "as parcelas eram compatíveis com a minha renda" ou "as parcelas cabiam no meu bolso". Declararam ainda que o consórcio "é menos burocrático que outras formas de adquirir um bem", além de "ter menos custos e menos taxas que outras formas de adquirir um bem".

Entre os que nunca compraram cota de consórcio, as justificativas apontadas com maior indicação foram: "prefiro poupar e comprar o bem à vista". Na sequência, assinalaram que no "consórcio demora muito para receber o bem" e "receio de não conseguir pagar as prestações até o fim".

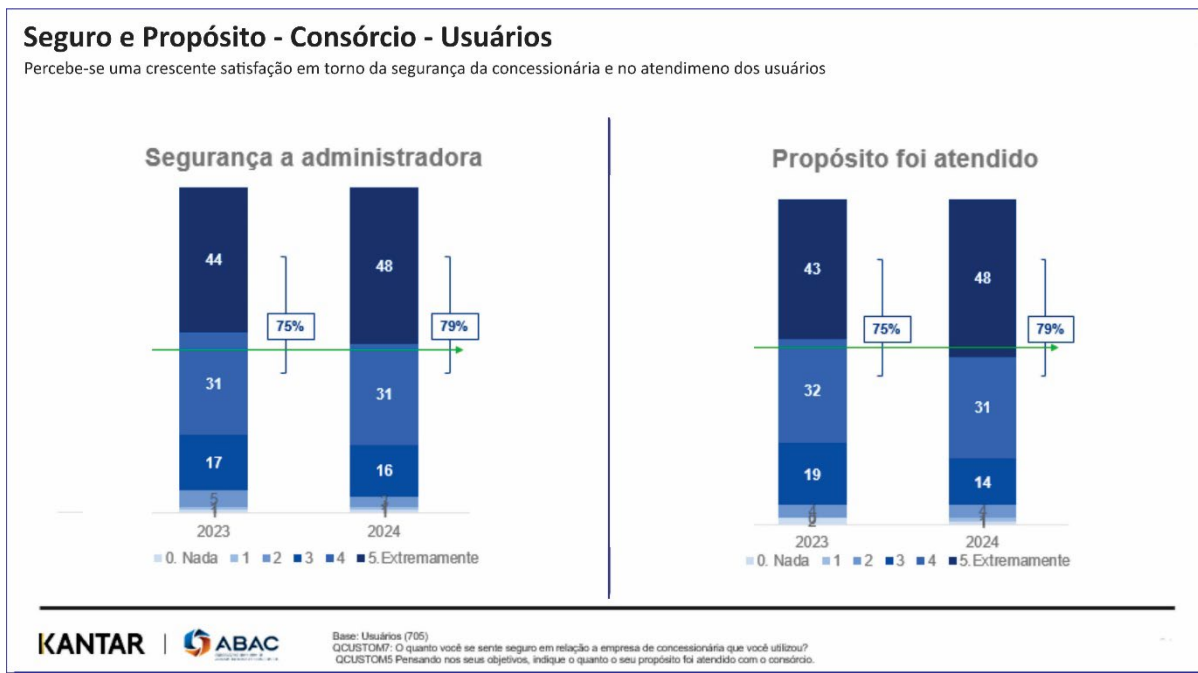
MOTIVAÇÕES: SEGURANÇA E PROPÓSITO

Entre as diversas perguntas formuladas, houve uma que focou o forte sentimento de satisfação por terem aderido ao consórcio.

De 2023 para 2024 percebeu-se uma grande estabilidade, com viés de crescimento, entre as duas maiores sensações de satisfação: a segurança da administradora e o atendimento ao propósito.

Nos dois principais itens, incluindo os níveis 4 e 5, pontuações que indicam ser os quesitos extremamente relevantes, houve a somatória de 75% na segurança, em 2023, com evolução

para 79%, no ano passado. Os mesmos índices, repetidos para o atendimento do propósito, evoluíram de 75% para 79%, demonstrando o alto nível de contentamento.



Entre outros pontos positivos anotados nas demais respostas dos usuários, verificou-se mais fundamentos: “consórcio é para quem planeja a longo prazo, que não tem pressa, que não é afobado” e que “o consórcio é uma forma de facilitar a posse de um bem/produto”.

Houve quem repetisse que “o consórcio é uma forma de economizar/forçar a guardar dinheiro”, evidenciando as características exclusivas do mecanismo para quem planeja de forma consciente.

Como síntese, os usuários indicaram que a principal expectativa está na segurança demonstrada pela administradora. Fatores como transparência, clareza de informações, esclarecimento de dúvidas de forma correta, foram os mais citados.

COMO ESCOLHER UMA ADMINISTRADORA

Depois de planejar e optar pelo consórcio, o passo seguinte dos interessados, futuros consorciados, está na escolha da administradora que os atenderá nos critérios estabelecidos.

Nove aspectos foram elencados como principais itens seletivos na hora da adesão racional por uma empresa. Em uma escala de 0 a 7 pontos, com médias decrescentes de importância, os fatores de decisão de compra variaram de 6,07 a 5,81.

Tivemos:

- ter tempo de mercado – 6,07
- ter solidez financeira – 5,99
- ser bem conhecida – 5,98
- ajudar a realizar os sonhos – 5,96
- ser indicada por amigos – 5,88

- apresentar novidades ou novos tipos de consórcios – 5,87
- ser uma marca confiável – 5,87
- oferecer bom atendimento – 5,81
- disponibilizar planos cujas parcelas caibam no bolso – 5,81.

ONDE SE INFORMAM SOBRE CONSÓRCIO

Tanto interessados como usuários buscam fontes de credibilidade para obter informações sobre o Sistema de Consórcios.

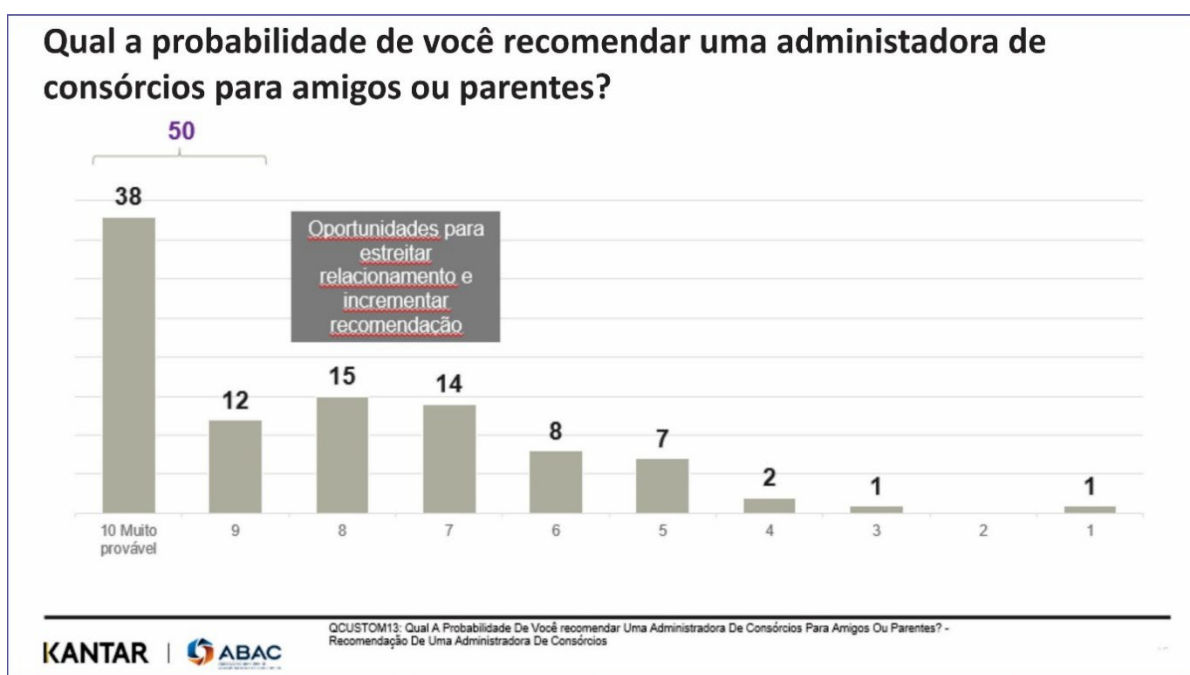
Na totalidade dos entrevistados, os dois locais mais procurados foram os pontos de vendas como lojas, agências de bancos, concessionárias, e os amigos e parentes. Ambos empataram em 29%.

O crescimento das propagandas pela internet nos últimos quatro anos também despertou o interesse e se tornou importante fonte de conhecimento e informação sobre o consórcio. Ao passar de 12%, em 2021, para 18% em 2024, as mídias digitais mostram cada vez mais a força de sua presença e credibilidade. Paralelamente, as campanhas publicitárias na televisão se sobressaíram ao atingirem 16%.

Em um questionamento mais simples com múltipla escolha de respostas, três fontes foram citadas em larga escala: internet/redes sociais, com 56%; bancos, com 48%; e conversas com amigos, com 39%.

Televisão, pontos de vendas, influenciadores, feiras e eventos, outros, variaram decrescentemente de 25% a 4%.

Depois de responderem, em mais de um questionamento, sobre fonte de informações e citarem, entre as principais, os amigos e parentes, os usuários entrevistados foram perguntados sobre a probabilidade de recomendarem uma empresa para seus familiares e colegas.



Entre todos, 50% afirmaram ser muito provável a recomendação. Os outros 50% ficaram divididos em 29 pontos percentuais para estreitamento de relacionamento e 21 para situações indefinidas.

CANCELAMENTO DE COTAS

Os usuários desistentes também foram ouvidos no sentido de esclarecerem os motivos que os levaram a cancelar a participação em grupos de consórcios.

A maioria, com 28%, alegou necessitar de dinheiro, enquanto 24% declarou não conseguir pagar, e, em terceiro lugar 22% referiram-se ao aumento da parcela.

É possível depreender que as justificativas se unem em um único aspecto: dificuldade financeira.

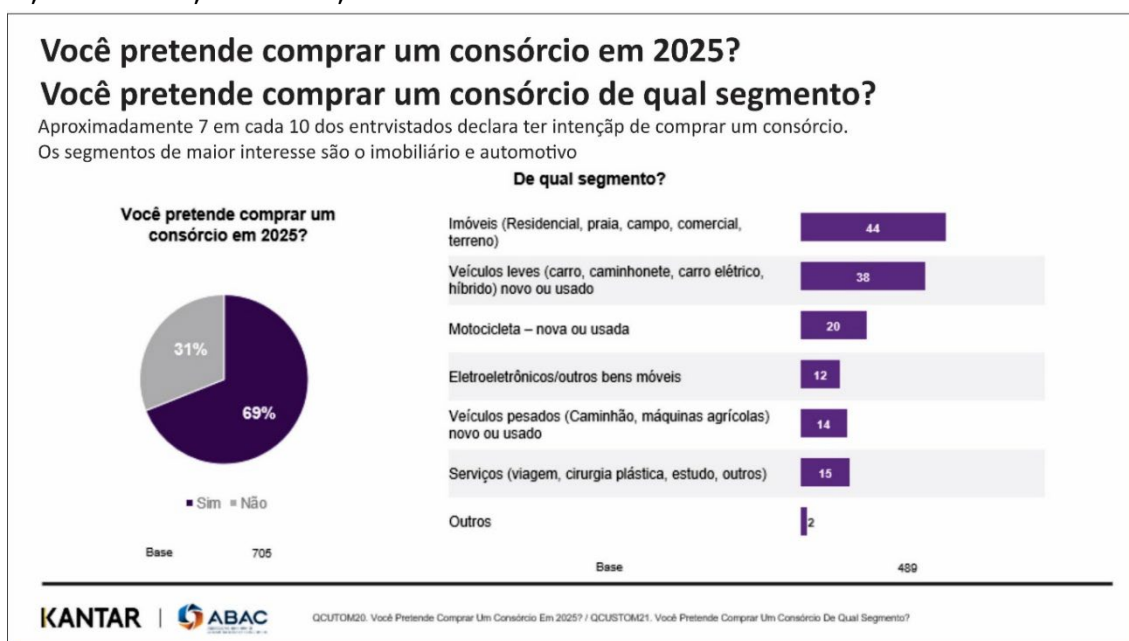
PERSPECTIVAS PARA 2025

No final da pesquisa, a pergunta aos entrevistados focalizou 2025. Desdobrada em duas questões com múltipla escolha, a primeira abordou a pretensão, enquanto a segunda a especificação.

Dos 705 questionados, 69% pretendem aderir a uma cota de consórcio em 2025, enquanto 31% responderam negativamente. Paralelamente, de 489 interessados em aderir, perguntados sobre o segmento interessado, 44% mencionaram os imóveis e suas diversas variações como residencial, praia, campo, comercial, terreno.

Em seguida, 38% citaram os veículos leves, incluindo carros, caminhonetes, novos ou usados, elétricos ou híbridos. As motocicletas, novas ou usadas, ficaram na terceira posição, com 20%.

Nas três demais colocações, tivemos os eletroeletrônicos com 12%; os veículos pesados com caminhões, máquinas agrícolas, novos ou usados, com 14%; os serviços, com suas múltiplas utilizações, com 15%; e outros, com 2%.



AS CONCLUSÕES DA PESQUISA

Ao resumir os comentários, sugestões e críticas, observados na pesquisa qualitativa e quantitativa, foi possível compreender as principais razões do crescimento do Sistema de Consórcios durante 2024.

Face às suas peculiaridades, os aspectos que mais atraíram para o consórcio estiveram na segurança, simplicidade e atendimento demonstrados na aquisição de cotas para bens ou serviços, especialmente carros, motos e imóveis.

A menor burocracia e os custos mais baixos, por vezes comparados a outras formas de aquisição de bens, vem se tornando um diferencial motivador para adesão.

O que poderia ser uma barreira, o tempo de espera pela contemplação acabou por se encaixar no raciocínio daqueles que entendem que investir antes para depois comprar é uma vantagem.

Tanto os comentários daqueles entrevistados que passaram por situação adversas, bem como os dos que mantiveram sua situação financeira equilibrada, mostraram que o melhor caminho é a gestão consciente das finanças. Paulo Roberto Rossi, presidente executivo da ABAC, detalhou que "os dados comparativos, quantitativo ou qualitativo, traçaram um perfil de participante mais atento aos compromissos, tendo o Sistema de Consórcios como um aliado para a aquisição de bens ou contratação de serviços".

Para finalizar, Rossi comentou os resultados da quinta pesquisa Kantar, sintetizando que "a evolução do brasileiro sobre conhecimento em educação financeira, tanto entre usuários como conhecedores, proporcionou, direta e indiretamente, o forte crescimento do Sistema de Consórcios observado no ano passado."

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 <https://abac.org.br> e clique em Blog da ABAC – Educação Financeira.

CAMPANHA INSTITUCIONAL "Chegou sua vez. Vai de Consórcio"

Acesse:

<https://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 site <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.

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 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 BAMBÁ" SOBRE EDUCAÇÃO FINANCEIRA ACESSO: <https://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:
<https://abac.org.br/imprensa/cadastro-de-jornalistas>.

Acompanhe também os consórcios pelo **X (antigo 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;