

## PESQUISA MOSTRA PERFIL E RAZÕES PARA O CONSUMIDOR INVESTIR EM CONSÓRCIO

Dois mil entrevistados falaram sobre a modalidade como bom investimento para quem planeja o futuro

O avanço superior a 8% registrado nas vendas de novas cotas e nos negócios consorciais no primeiro trimestre deste ano, em comparação ao mesmo período de 2017, apontou um consumidor mais atento à gestão de suas finanças pessoais. Para saber ainda mais sobre os participantes do Sistema de Consórcios, a ABAC Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios realizou pesquisa junto a 2.000 consorciados e potenciais consorciados em oito cidades do país, por intermédio da Quorum Brasil, com o objetivo de atualizar seu perfil e identificar as razões que os levaram a investir e optar por adquirir bens ou contratar serviços pelo mecanismo.

Os resultados obtidos com os entrevistados, sendo 1.000 consorciados ativos e outros 1.000 potenciais consorciados, em São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Fortaleza, Salvador, Goiânia e Belém, revelaram que 73% dos participantes consultados são das classes C e D.

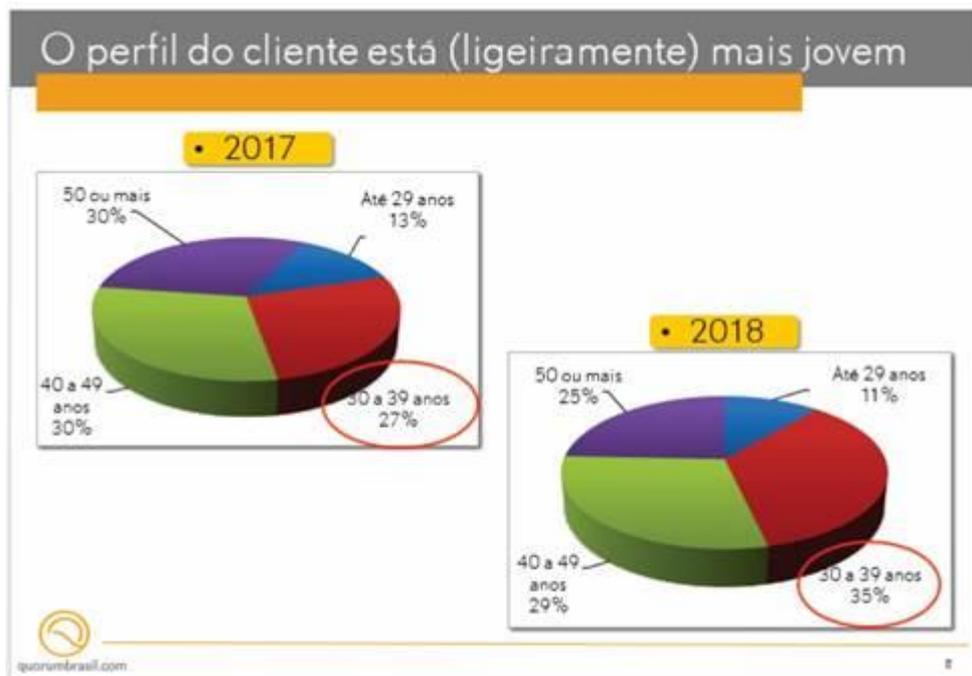
Do total geral, 54% têm mais de 40 anos, sendo que sua maioria (65%) é casada. No perfil da amostra, a divisão das classes sociais apontou a C com 39% e a D com 34%, cuja renda familiar varia de 2 a 10 salários mínimos, respeitado o critério do IBGE. O destaque foi a classe B que mostrou 20% de presença, depois de pontuar 12% na pesquisa de 2017, em virtude da retomada ainda que lenta e gradual da economia. A classe A ficou com 7%, quase o dobro dos 4% obtidos no levantamento anterior, voltando ao patamar de 2016.



## PERFIL INDICA FAIXA ETÁRIA DOS CONSORCIADOS

Um dos aspectos importantes anotados na pesquisa foi a distribuição das faixas etárias existentes no Sistema de Consórcios. Do universo consultado, 54% da população está na faixa dos 40 anos em diante, divididos em 29% de 40 a 49 anos e 25% com 50 ou mais. A menor participação é daqueles que têm até 29 anos com 11%. O destaque foi a faixa dos 30 a 39 anos que, com 35% de presença nos consórcios, demonstrou evolução, visto que há um ano era de 27%.

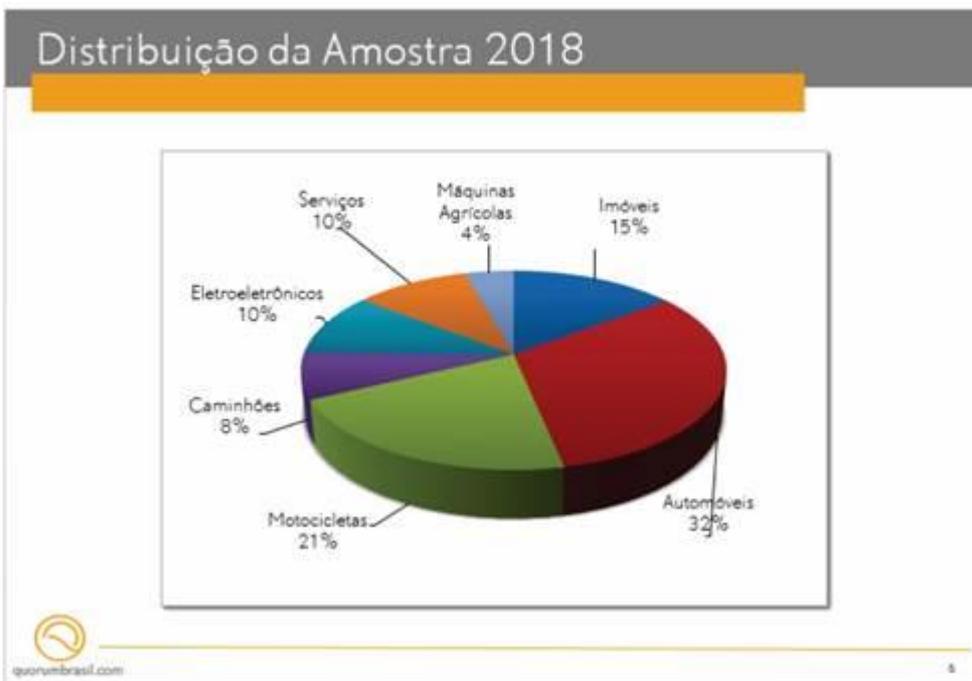
### FAIXA ETÁRIA



### BASE DE CONSORCIADOS PARA AVALIAÇÃO

O total de pesquisados se desmembrou em 32% de consorciados em automóveis, 21% em motocicletas, 15% em imóveis, 10% em serviços e em eletroeletrônicos cada, 8% em caminhões e 4% em máquinas agrícolas, sendo a maioria com 12 meses ou mais tempo de participação no Sistema.

### SEGMENTOS



## PLANEJAMENTO DO FUTURO

As vendas de novas cotas do Sistema de Consórcios têm contabilizado expressivos avanços entre aqueles que, considerando a essência da educação financeira, planejaram e planejam o futuro por meio da modalidade, pensando em adquirir bens ou contratar serviços, ao assumir compromissos dentro de suas capacidades financeiras.

Antes de aderirem à modalidade, os consorciados projetam sua adesão buscando informações de várias formas. A maioria, com 38%, apoiou-se nas informações de familiares e amigos. Outras fontes, bastante fortes, foram os sites das administradoras de consórcio com 25%. As redes sociais, incluindo as próprias e aquelas vinculadas às empresas, somaram 15%. Os restantes 22% dividiram-se em sites de reclamação (10%), Banco Central e lojas (3% cada) e bancos, blogs, profissionais de vendas (2% cada).

Segundo Paulo Roberto Rossi, presidente executivo da ABAC, "tais atitudes, bastante comuns entre os consorciados conscientes dos aspectos da educação financeira em seus diversos perfis, ratificam o comportamento responsável na gestão de consumo, seja para bens de uso constante como veículos e eletroeletrônicos seja para formação e ampliação patrimonial com os imóveis, ou ainda para realização de objetivos pessoais com a contratação de consórcios de serviços."



Todavia, quando se tratou de esclarecer dúvidas, a maioria dos interessados (55%) procurou os vendedores ou representantes, seguida das pesquisas na internet com 27%. Os demais pesquisados se dirigiram aos escritórios das administradoras ou dos representantes (8%), ou ainda recorreram a amigos e familiares (6%) e gerentes de agências bancárias (4%).

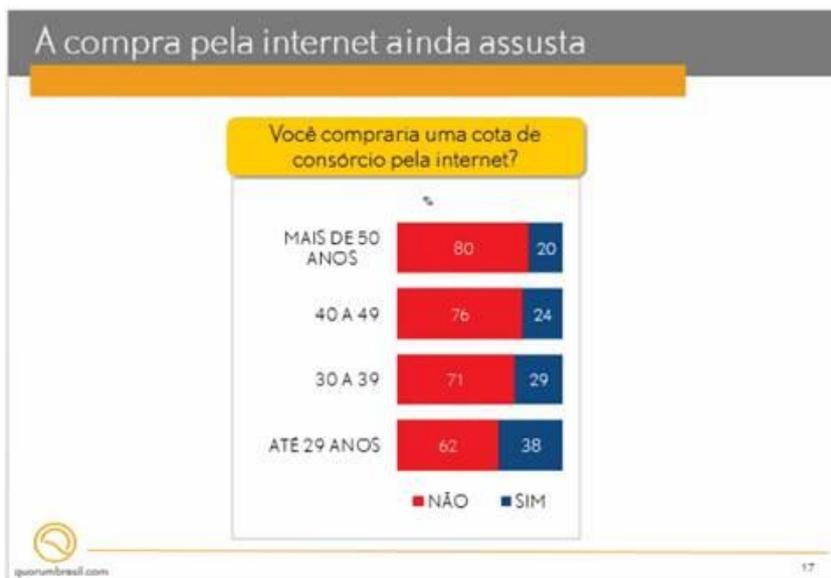


Os acessos à internet têm sido um dos fatores de conscientização ou esclarecimentos de eventuais dúvidas sobre as características e o funcionamento do Sistema de Consórcios. Porém, no momento da decisão, a maioria dos interessados foi influenciada pelos familiares e amigos (45%), vendedores e corretores (23%), gerente do banco (3%) e outros (1%). Houve quem não se lembrasse (4%), bem como 24% disseram ter decidido sozinhos.

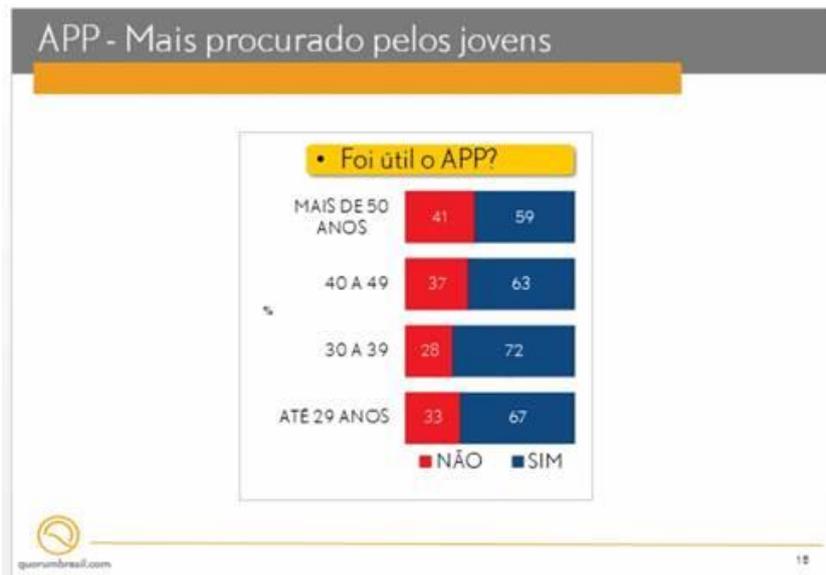
Paralelamente, 85% do total consultado adiantaram que o fizeram pessoalmente para fechar o negócio, enquanto 7% recorreram ao telefone, 5% on-line e 3% por e-mail.



Ainda no formato virtual, a pesquisa mostrou que somente 38% dos entrevistados, na faixa etária até 29 anos, compraria uma cota pela internet. O percentual foi gradativamente diminuindo até 20% quando chegou àqueles que têm 50 anos ou mais.



Sobre a facilidade de utilização de um APP, baixado no celular, os mais jovens (até 29 anos) aprovaram sua utilidade em 67%, percentual que também foi regredindo até 59% para os com 50 anos ou mais.



### CRITÉRIOS ADOTADOS PARA ADESÃO

Para aquisição da cota, os consorciados questionados apontaram diversos tipos de motivos para escolha do mecanismo com o objetivo de adquirir bens ou contratar serviços.

Ao atingir média de 8,11 no nível de satisfação, boa nota em relação a outros mercados, e divididos em três grupos de relevância, pode-se observar que, de forma decrescente, o principal atrativo foi a garantia de entrega do bem com 17,4%, seguida do valor da parcela, com 14,4%, evidenciando a preocupação do consumidor com o recebimento do bem e a adequação da responsabilidade de pagamento com o orçamento mensal.

Na sequência, foram apontados outros aspectos do critério para adesão, ficando a taxa de administração ou custo do consórcio em penúltimo lugar com 5,7%, confirmando que é, efetivamente baixa, não se tratando de item decisivo para participação no Sistema de Consórcios.



### AVALIAÇÕES POSITIVAS GERAM RECOMENDAÇÃO E NOVA ADESÃO

Considerados os diversos tipos de produtos consorciáveis no Sistema e anotados nos critérios de decisão de compra com a média geral superior a 8, os participantes referenciaram ainda as recomendações, bem como uma nova adesão.

Do total, 82% recomendariam o consórcio a um amigo, enquanto 45% recomprariam cota no futuro, durante ou após aquela que estão participando.



### BOM NEGÓCIO. BOM INVESTIMENTO.

Quando indagados se fizeram bom negócio ao comprar um consórcio, 68% dos entrevistados disseram ter certeza que sim, quatro pontos percentuais mais que o citado na última pesquisa, há um ano. Em outros 18% houve a menção "em dúvida", formados basicamente por não contemplados.



### PONTOS COMUNS ENTRE CONSORCIADOS E POTENCIAIS

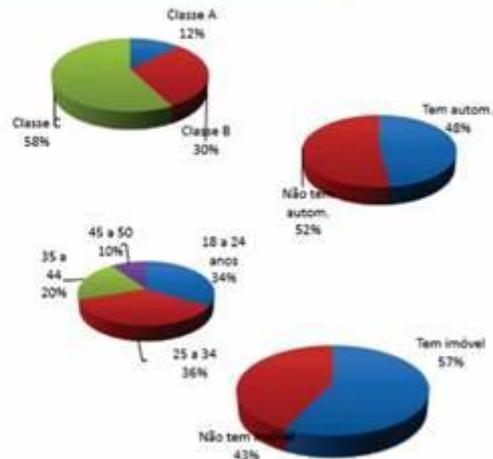
O outro grupo pesquisado foi o dos potenciais consorciados, com 1.000 entrevistados, reunindo aleatoriamente 50% homens e 50% mulheres, sendo 58% da classe C, 30% da B e 12% da A.

As faixas etárias variaram de 18 a 24 anos com 34%, 25 a 34 anos com 36%, de 35 a 44 anos com 20% e de 45 a 50 anos com 10%. Nesse novo universo, 52% não tinham automóvel enquanto 48% o possuíam. Paralelamente, a maioria (57%) não era proprietária de imóveis e o restante (43%) era.

## Distribuição da Amostra Potenciais

- 1.000 entrevistas
- Margem de Erro 3,02%
- Índice de Confiança 95%
- 50% homens
- 50% mulheres
- 18 a 50-anos
- Não clientes do Sistema

Definição IBGE:  
Classe A = + de 20 SM  
Classe B = 10 a 20 SM  
Classe C = 4 a 10 SM  
Classe D = 2 a 4 SM



28

Na questão indagando o significado da palavra consórcio, observou-se outro aspecto comum, positivo e bastante enfatizado pelos consorciados ativos e pelos potenciais consorciados entrevistados, que apontaram 'investimento' como principal entendimento.

## Qual o significado da palavra Consórcio

### Cliente Atual



19

Nas imagens acima e abaixo, segundo a Quorum Brasil, a dimensão da palavra é resultado de um programa de mapas de palavras, no qual o sistema conta cada menção, mas não determina numericamente a quantidade de vezes. Isto significa que quanto maior for o tamanho da palavra, mais vezes ela foi citada.

## Significado da palavra Consórcio

### Cliente Potencial



29

No desdobramento das respostas sobre investimentos conhecidos e mais seguros, os interrogados indicaram, em resposta múltipla, o consórcio em:

- Terceiro lugar, com 76,4% entre os mais conhecidos; e
- Quinto lugar, com 22,8% entre os mais seguros.

**Essa avaliação prévia mostra o consórcio como um produto com boa visibilidade e com percepção positiva de segurança.**

## A posição do consórcio entre os investimentos



Consórcio é um produto com boa visibilidade e com percepção positiva de segurança!

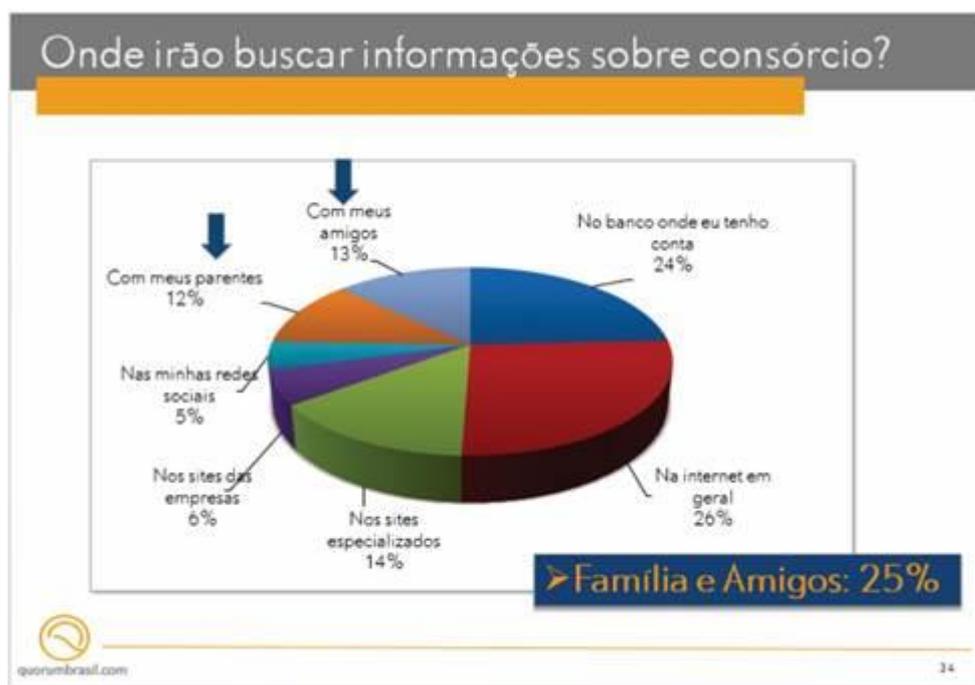


31

Submetidos a três escolhas sobre características do consórcio como investimento, especialmente sob o foco da confiança, 83% dos potenciais pesquisados afirmaram que investir é pensar no futuro; 58% disseram que consórcio é para quem pensa no futuro e que 57% entendem ser a modalidade um bom investimento.



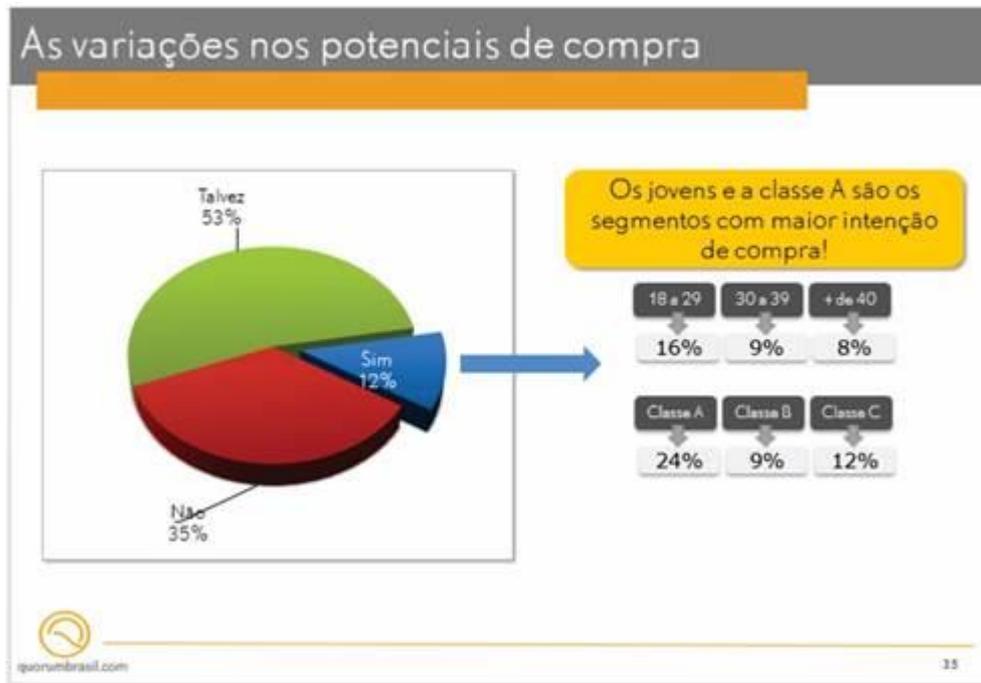
A exemplo daqueles que já participam de grupos de consórcios, também entre os potenciais consorciados, ao planejarem sua eventual adesão, 46% registraram ter consultado a internet e os sites das administradoras e os especializados, 25% recorreram a familiares e amigos, 24% no banco onde possuem conta e 5% às redes sociais.



Ao serem questionados objetivamente se comprariam uma cota de consórcio, 65% acenaram positivamente, sendo 12% dizendo SIM e 53% com TALVEZ, percentual que sugere o mecanismo como futura possível escolha.

Os diferenciais dos que disseram SIM ficaram por conta dos jovens de 18 a 29 anos que, com 16%, afirmaram ter intenção de compra. Também a classe A, com 24%, sinalizou intenção de aderir à modalidade.

## As variações nos potenciais de compra



Questionados objetivamente se comprariam uma cota de consórcio, 65% acenaram positivamente, sendo 12% dizendo SIM e 53% com TALVEZ, percentual que sugere o mecanismo com possível futura escolha.

## Ser simples é um atributo buscado pelo público



Vale destacar que entre os mais afeitos à tecnologia, especialmente os jovens, a utilização de APP's para investimento não é significativa. A presença dos aplicativos é mais utilizada para outras operações, sendo que 76% disseram já os terem baixados e outros 24%, não. Entre os entrevistados, 82% do sexo masculino responderam SIM, enquanto no feminino o percentual foi de 69%.



### **PESQUISA CONFIRMA RAZÕES DE CRESCIMENTO DO CONSÓRCIO COMO OPÇÃO PARA REALIZAÇÕES PLANEJADAS**

"Ao analisar os dados finais da pesquisa, observa-se que os resultados reafirmam um perfil de consorciado em transformação e consolidação. Os estudos mostram que cada vez mais a gestão das finanças pessoais, apoiada na essência da educação financeira, aponta para o planejamento crescente e maturidade nas decisões para assumir compromissos de longo prazo, independentemente de gênero, faixa etária e produto, nas mais diversas classes sociais", diz Rossi.

"Apesar das dificuldades enfrentadas durante a recente crise econômica, o consumidor manteve os sonhos da aquisição da casa própria, do carro zero e de outros bens ou serviços que possibilitem qualidade de vida", acrescenta o presidente executivo da ABAC.

"Contudo, o consórcio, uma criação brasileira com mais de 55 anos de história, continua sendo a melhor opção para, com foco no planejamento financeiro, a concretização de objetivos de consumo, de formação ou ampliação de patrimônios pessoal, familiar ou empresarial e de até uma boa opção para aposentadoria", completa.

Os avanços do Sistema de Consórcios nos últimos anos podem ser traduzidos ainda por consumidores mais cautelosos e conscientes quanto ao que fazer com seus ganhos. "A conclusão é que cada um tem procurado se informar mais e vem administrando suas finanças pessoais, substituindo a compra por impulso e o imediatismo do consumo pelo planejamento, utilizando gradualmente mais a internet e as redes sociais para programar o futuro", destaca ainda Rossi.

As pesquisas realizadas pela ABAC têm proporcionado às administradoras de consórcios a atualização de suas estratégias, com implementação de novas ações e formatos em grupos que atendam à demanda de consumidores, aproveitando as oportunidades geradas. Ao vislumbrarem o "bônus demográfico", com auge previsto para 2030, as empresas deverão utilizar a criatividade e os meios de comunicação diferenciados para atingirem o mercado consumidor de maneira objetiva, com fortalecimento do consumo consciente e responsável.

---

**CONHEÇA O MAIS NOVO LANÇAMENTO DA ABAC:  
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 [www.abac.org.br](http://www.abac.org.br).

**Clique em A ABAC e conheça nossas cartilhas:**

- Prof. Ábaco e seus alunos: uma história de bons colegas, um grande mestre e as melhores aplicações.
  - Consórcio, a arte de poupar em grupo!
  - Consórcio + FGTS = Casa Própria.

Baixe também a Planilha de Custos para controlar seu orçamento mensal que está inserida na cartilha Consórcio, uma poupança programada.

**ACOMPANHE TAMBÉM OS CONSÓRCIOS PELO TWITTER - [www.twitter.com/abacweb](http://www.twitter.com/abacweb).  
JORNALISTA, CADASTRE-SE NA SALA DE IMPRENSA DO NOSSO SITE - [www.abac.org.br](http://www.abac.org.br)**

**ATENÇÃO: ACESSE O SITE DA ABAC.**

**VOLTADO AO CONSUMIDOR, O PORTAL CONTA COM UMA ESTRUTURA SIMPLES E INTUITIVA PARA INCENTIVAR O LEITOR A NAVEGAR E CONHECER MAIS SOBRE OS CONSÓRCIOS.**

**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](mailto:prsc@dglnet.com.br) - [claudiodaprsc@gmail.com](mailto:claudiodaprsc@gmail.com)