

A contratação de consórcio envolve a consideração de diversos fatores por parte do consumidor. Segundo pesquisa encomendada pela ABAC à Okiar Intelligence – Pesquisa de Mercado, confiança, emoção e percepção de valor fazem parte do processo. Mas o que pode aumentar a intenção de contratar e quais caminhos o consumidor percorre até tomar essa decisão?

Realizada em etapas qualitativa e quantitativa, a pesquisa buscou compreender como o consórcio é percebido pelos consumidores e aprofundou aspectos relacionados à decisão e à contratação da modalidade. Os resultados quantitativos mostram diferenças importantes de acordo com a experiência anterior de cada perfil com o consórcio.

Intenção de contratar varia conforme a experiência

Na etapa quantitativa, a decisão do futuro consorciado aparece relacionada à confiança, emoção e percepção de valor. De acordo com o levantamento, além de entender a modalidade, era necessário que o interessado acreditasse nela para dar o primeiro passo.

No geral, a intenção de contratar nos próximos 12 meses foi moderada, resultando em média 6, indicando um cenário de interesse, mas sem forte convicção. Todavia, entre os que nunca contrataram, a propensão foi menor, com média de 4,4, indicando maior resistência ou falta de convencimento. Já os cancelados, também com menor inclinação, apresentaram 5,2.

[Leia aqui na íntegra.](#)

Fonte: ABAC, em 26.08.2026