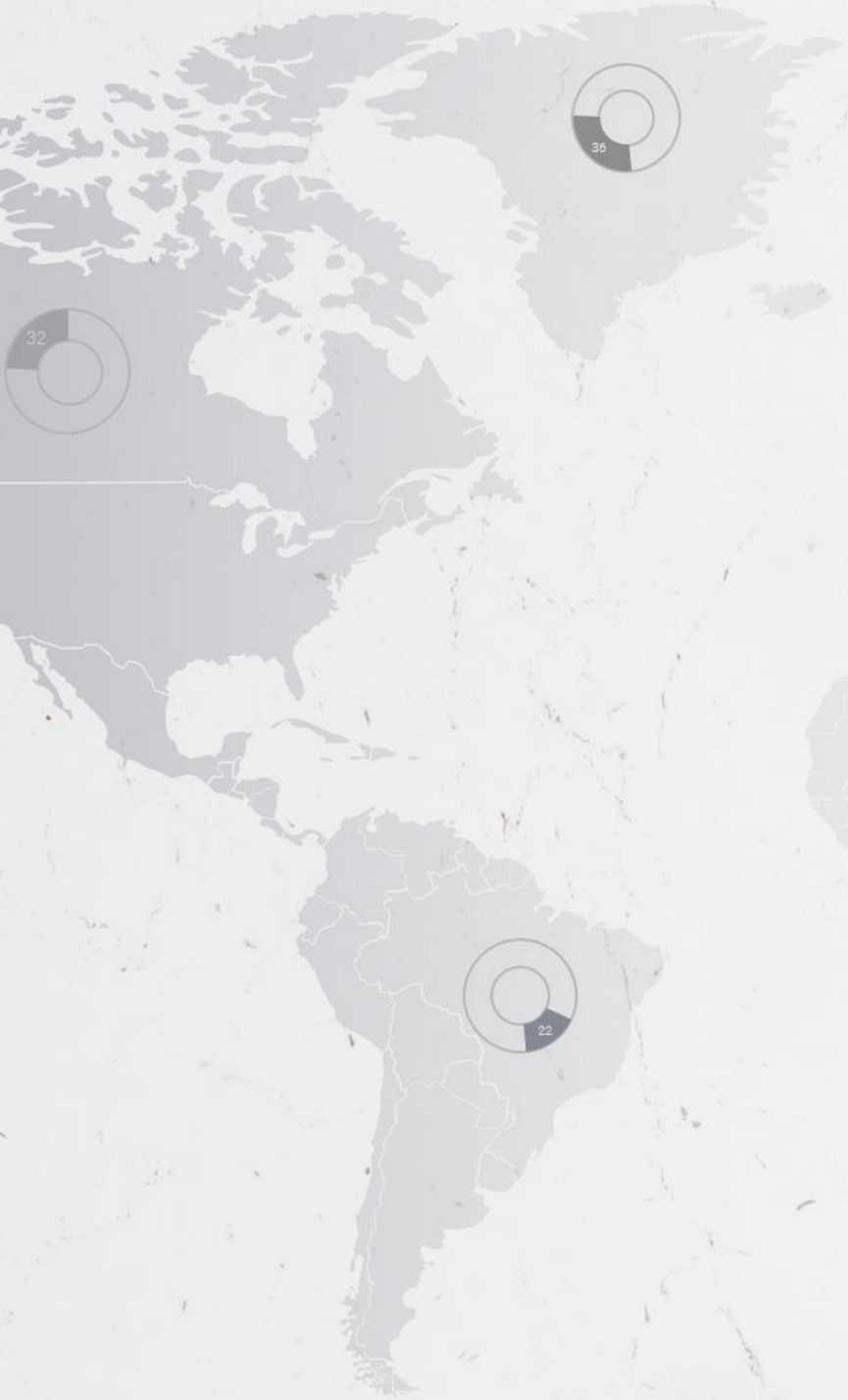

QUORUMBRASIL

Ciência aplicada à pesquisa de mercado.

QUORUMBRASIL

Poupança ou Consórcio?

Conversamos com mulheres na cidade de São Paulo que avaliaram o consórcio, mas optaram pela poupança. Acompanhe aqui as razões para essa escolha.

Boa leitura!

SEJA BEM VINDO

QUORUMBRASIL

Olá!

Distribuir informação atualizada sobre diversos temas e públicos, sempre com uma linguagem simples e de fácil interpretação é uma iniciativa QuorumBrasil para colaborar com seus diferentes stakeholders, nos mais diversos setores.

Este é um estudo sobre o setor de consórcios e muitos outros estão disponíveis para download em **www.quorumbrasil.com/quoruminforma** ou nas nossas mídias sociais.

Boa leitura!
Claudio Silveira
claudio@quorumbrasil.com

NESTA EDIÇÃO

Conversamos com mulheres que investem frequentemente, com renda própria e moradoras da cidade de São Paulo, com idade entre 20 e 50 anos.

As 100 entrevistas foram realizadas nesse mês de janeiro, de forma online e respeitaram a LGPD, norma a qual somos certificados.

O estudo teve caráter qualitativo e buscava evidenciar algo que surgiu em pesquisas anteriores realizadas por nós, onde as mulheres mostravam-se mais distantes do consórcio, quando comparávamos com as respostas dos homens.

Apresentamos 12 sinais que surgiram de forma espontânea quando fizemos a pergunta: Por que você preferiu a poupança?

O sentido do estudo é colaborar com o sistema de consórcio e com as áreas de marketing, produtos e comunicação das empresas do setor.

Existem limitantes nesse tipo de abordagem e o uso dessas informações deve ser no sentido proposto, que é o de traduzir percepções.

QUORUMBRASIL

Quais os sinais da preferência das mulheres pela poupança e quais os caminhos de aproximação?

1º Sinal: Simplicidade

“Eu prefiro a poupança, é uma coisa muito mais simples !”

2º Sinal: Rendimento

“Na poupança eu sei o quanto vai render no final do ano!”

3º Sinal: Suporte

“No meu banco eles me orientam melhor sobre os investimentos!”

4º Sinal: Desconhecimento

“Eu precisaria conhecer um pouco mais para poder decidir pelo consórcio.”

5º Sinal: Liquidez

“Na poupança eu posso retirar o dinheiro quando quiser para qualquer emergência!”

6a Evidência: Flexibilidade

“No consórcio eu teria a obrigação de um valor fixo todo mês e na poupança eu coloco quanto eu quero.”

7º Sinal: Risco

“Na poupança eu sei que não corro nenhum risco, é garantido pelo governo.”

8º Sinal: Família

“Na poupança eu guardo para toda família e posso usar de diferentes maneiras!”

9º Sinal: Restrições

“No consórcio já tem que decidir o que fazer com o dinheiro, mas a gente vive mudando de planos na vida e na poupança eu faço o que quiser!”

10º Sinal: Influência

“A opinião das pessoas é importante e a maioria sempre fala da poupança.”

11º Sinal: Perdas

“Se fosse certo que eu não perderia se desistisse, eu optaria pelo consórcio!”

12º Sinal: Previsibilidade

“Se os valores fossem fixos e não aumentassem todos os meses, eu acho que iria para o consórcio.”

5 DESAFIOS E NOSSAS SUGESTÕES

QUORUMBRASIL

1) As rejeições estão dentro do que aprendemos em comportamento econômico, que é o risco da troca. Quase todos os pontos citados estão ligados em como minimizar riscos (racionais e subjetivos) na decisão de ir para o consórcio. Esse é o primeiro desafio, ou seja, estudar qual a competitividade do consórcio frente a outros produtos, não apenas comparando esses produtos, mas aplicando teorias que levem a modelos sejam aderentes a esse público e elevem o engajamento.

2) O desconhecimento sobre o produto, suas peculiaridades, suas vantagens, suas características, é um ponto que gera dúvidas importantes na decisão de troca da poupança pelo consórcio. Se o baixo risco está ligado ao alto conhecimento sobre onde estão colocando seu dinheiro, então, o desafio é o produto ser mais próximo do universo dessas consumidoras. Outra teoria interessante que se aplica aqui: as pessoas repetem comportamentos, ou seja, se muitas falam a respeito, isso tranquiliza a decisão.

3) A demanda por simplicidade é algo muito particular do público feminino. Quanto mais complexo for algo, maior será o afastamento. Claro, isso pode servir para os homens também, mas as mulheres tem carga dupla, tripla muitas vezes. São muitas coisas para pensar, fazer e decidir na vida e não querem perder tempo. Quem chegar com cenários mais simples, vai levar vantagem. Simples e também transparente: vale lembrar, elas detestam coisas mal explicadas. É bom entender o que não está simples, que dores são essas que afastam esse público.

4) Família e futuro são parte do motor que impulsiona as nossas entrevistadas para os investimentos. Talvez todos nós, mas as mulheres gostam de previdência privada mais do que os homens e isso tem a ver com pensar no futuro de um modo mais intenso. Isso tem a ver com o jeito de levar a vida. Entender muito bem como pensam, como decidem, o que incomoda, o que motiva, enfim, compreender sua trajetória de escolha é um dos desafios mais relevantes.

5) Previsibilidade é um dos valores de vida mais buscados pelo ser humano. É a capacidade de prever, de antever, de evitar erros, de maximizar os bons momentos. Essa demanda pela previsibilidade está presente nesse estudo e carrega um ótimo desafio para todos: como entregar algo, no caso a previsibilidade, que em última instância, não temos? E se não temos, o que poderia evitar as previsões intuitivas e levar para as consumidoras perspectivas reais?

TEMOS MAIS PARA VOCÊ!

Acesse nossos conteúdos deste mês

QUORUMBRASIL

Ciência aplicada à pesquisa de mercado.

Relatório Setorial e Macroeconômico Trimestral

Pontos de atenção das principais economias mundiais em 2022.

QUORUMBRASIL

faleconosco@quorumbrasil.com

55 11 94323-1011

55 11 3443-6483

Av. Brg. Faria Lima, 3729 - 5º andar
Itaim Bibi, São Paulo - SP, 04538-905
www.quorumbrasil.com