



Yuganov_Konstantin_CANVA

VIDA FINANCEIRA

CONSUMO NO BRASIL SE SUSTENTA NO CRÉDITO: CULTURA DO PARCELAMENTO SEGUE FORTE

Da compra do primeiro celular ao consórcio imobiliário, estudo indica que o brasileiro organiza sua vida financeira em torno do parcelamento

O parcelamento continua sendo uma marca registrada do consumidor brasileiro. Estudo exclusivo realizado pela Croma Consultoria - "O futuro da relação do brasileiro com o dinheiro e as finanças", mostra que 51% dos brasileiros planejam adquirir um imóvel e 43% pretendem financiar um veículo nos próximos dois anos, consolidando esses dois itens como os principais motores da compra parcelada. A explicação é simples: diante do alto valor de imóveis e automóveis, o financiamento em parcelas se torna a única forma viável de acesso para a maioria das famílias.

O parcelamento também prevalece para compras de bens de menor valor, como eletrodomésticos, eletrônicos e roupas, porém os consumidores procuram fazer o menor número de parcelas possíveis. Os consumidores tendem a concentrar os pagamentos em até 12 parcelas, reduzindo o impacto no orçamento doméstico. Essa escolha revela uma racionalidade financeira cada vez mais clara: comprometer-se por longos períodos só faz sentido quando o bem adquirido representa patrimônio ou necessidade essencial.

A pesquisa ainda revela diferenças regionais e de perfil. Nas regiões Norte e Centro-Oeste, 77% da população afirma ter intenção de financiar suas compras, proporção acima da média nacional. Um fator que pode explicar este comportamento é que uma parcela significativa da população nessas regiões trabalha em setores informais ou sazonais, como agronegócio, mineração e comércio local.

Para Edmar Bulla, fundador da Croma Consultoria, o fenômeno é reflexo de um traço cultural profundamente enraizado: "o parcelamento não é apenas um recurso financeiro, é parte da cultura de consumo do brasileiro. Quando 51% da população projeta financiar um imóvel,



ArtisIGNPhotography_CANVA

estamos diante de um padrão que organiza não só o orçamento familiar, mas também o ritmo do varejo e do crédito no país. Ignorar isso é não compreender como funciona a engrenagem da nossa economia".

O estudo revela que os mais jovens, como a Geração Z (75%) e os Millennials (72%), recorrem mais aos parcelamentos, visto que são mais propensos a contrair dívidas, enquanto os mais velhos, como a Geração X (52%) e os Baby Boomers (58%), são menos inclinados a isso. Ainda entre as gerações, vale destacar o comportamento dos Baby Boomers, mais conservadores em teoria, mas que surpreendem ao apontar alta disposição em financiar celulares ou smartphones: 4 em cada 10 brasileiros dessa geração querem parcelar a compra desses produtos e 31% de eletrodomésticos, superando a média nacional e evidenciando abertura para a modernização do consumo.

Essa constatação reforça a ideia de que o parcelamento, no Brasil, transcende gerações e classes sociais. Do jovem que financia o primeiro celular de última geração até a família que busca no consórcio imobiliário a chance de comprar a casa própria, o que está em jogo é a combinação entre acesso imediato e preservação do fluxo de caixa. "O estudo mostra que até os Baby Boomers, historicamente mais conservadores, estão dispostos a parcelar smartphones e eletrodomésticos. Isso indica que o parcelamento deixou de ser apenas uma necessidade e se consolidou como estratégia consciente de atualização tecnológica e preservação do caixa pessoal", explica o especialista.

“O parcelamento não é apenas um recurso financeiro, é parte da cultura de consumo do brasileiro. Quando 51% da população projeta financiar um imóvel, estamos diante de um padrão que organiza não só o orçamento familiar, mas também o ritmo do varejo e do crédito no país.”

O recado do levantamento é claro: o brasileiro não apenas gosta de parcelar, ele planeja sua vida financeira em torno do parcelamento. Seja pela impossibilidade de pagamento à vista, seja pelo cálculo racional de manter liquidez, o fato é que esse hábito se consolidou como uma engrenagem central da economia. Para o mercado, o sinal é inequívoco: entender esse comportamento não é apenas relevante, é decisivo para moldar ofertas de crédito, estratégias de varejo e políticas de acesso ao consumo.

“O hábito de parcelar revela um paradoxo: o brasileiro financia para manter a liquidez. Essa escolha explica por que mesmo em tempos de instabilidade, o consumo resiste. O crédito parcelado atua como válvula de equilíbrio, permitindo acesso imediato a bens e sustentando setores inteiros da economia”, finaliza Bulla.



andreas_CANVA