

Luciana Precaro, Diretora de Consórcios da Everttec Brasil

O ano de 2025 entrou oficialmente para a história do setor de consórcios no Brasil. Impulsionado por um ambiente de crédito mais seletivo, pelo encarecimento dos financiamentos tradicionais e pela busca crescente por alternativas de planejamento financeiro, o setor registrou números inéditos. Segundo dados divulgados pela Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (ABAC), até outubro, o número de consórcios ativos chegou a 12,36 milhões, uma alta de 11% em relação ao ano anterior.

As vendas de cotas acompanharam esse ritmo de evolução. Foram 4,34 milhões de adesões entre janeiro e outubro, um crescimento de 15,7% frente a 2024, conforme os indicadores da entidade. No mesmo período, os créditos comercializados representaram um aumento de 34,9% na comparação anual, somando R\$ 423,02 bilhões, um reflexo da elevação do tíquete médio e da entrada de consumidores em segmentos de maior valor.

Esse desempenho reflete um reposicionamento claro do consórcio no comportamento financeiro do brasileiro. A modalidade deixou de ser vista apenas como alternativa ao financiamento e passou a ser percebida como ferramenta de planejamento, disciplina e construção de patrimônio. Em um ambiente de crédito caro, a ausência de juros, a previsibilidade das parcelas e o poder de compra de uma carta contemplada ampliaram o interesse tanto de consumidores quanto de empresas – especialmente nos segmentos de imóveis, veículos, equipamentos e serviços.

Ao mesmo tempo, 2025 foi marcado por avanços regulatórios que elevaram a transparência e a governança, além de uma forte evolução tecnológica nas administradoras. Com jornadas mais digitais, análise de dados mais madura e maior eficiência nas operações, o setor encerrou o ano pronto para um ciclo de sofisticação que começa a se consolidar em 2026.

O ano da personalização

Com uma base sólida construída em 2025, o ano de 2026 deve acelerar três movimentos centrais: a personalização profunda dos produtos, a eficiência operacional suportada por tecnologia e a consolidação do consórcio como instrumento estratégico – tanto para consumidores quanto para empresas. A digitalização se torna definitiva e deixa de ser uma camada superficial para se transformar na espinha dorsal da jornada. A expectativa do cliente é de fluidez: contratação mais rápida, conferência automática de documentos, verificação inteligente de identidade e processos que já nascem ajustados ao comportamento de cada perfil.

A eficiência ganha protagonismo, sobretudo no momento da contemplação. Esteiras que antes levavam dias ou semanas, agora começam a operar quase em tempo real, reduzindo o intervalo entre a contemplação e o pagamento e evitando que o cliente perca oportunidades de negociação, algo essencial no mercado automotivo e absolutamente estratégico no imobiliário. Casos recentes mostram administradoras que, com workflows inteligentes, reduziram o tempo de pagamento de seis dias para dois, e em alguns casos para o mesmo dia.

Ao mesmo tempo, a personalização passa a ser um diferencial competitivo inegociável. Motores de pricing ganham força, ajustando taxa de administração, condições de lance e estrutura de grupo ao risco, ao objetivo e à capacidade de cada cliente. A lógica é clara: não faz sentido que dois clientes de perfis completamente diferentes recebam a mesma oferta. Em 2026, o consórcio deixa de ser padronizado e passa a ser um produto calibrado. Surge um setor mais sofisticado, orientado por dados e atento ao comportamento real de compra.

Outro movimento decisivo será a reorganização das cotas canceladas. Esse é um tema historicamente sensível e que ganha força em 2026 com soluções de transparência, extratos mais

claros, processos imediatos de devolução e ferramentas que permitem ao cliente entender exatamente quanto tem a receber e como a transferência será feita. Esse avanço melhora a experiência e reconstrói confiança, abrindo caminho para que muitos desses clientes retornem ao produto com maior consciência financeira.

Finalmente, 2026 será um ano de expansão geográfica e conceitual. Países como México passam a olhar o modelo brasileiro como referência, abrindo espaço para internacionalização e novas frentes de operação. Internamente, empresas de todos os tamanhos, especialmente no agro, na logística e no varejo, continuam adotando o consórcio como ferramenta de renovação patrimonial, redução de custo de capital e organização de fluxos de investimento.

O que se desenha para 2026 é o consórcio como um produto moderno, inteligente e alinhado às necessidades do novo consumidor. Um produto que deixou de carregar a imagem “envelhecida” e passou a ocupar o espaço que sempre mereceu: o de solução estratégica para quem planeja crescer, seja um jovem começando sua vida financeira, uma família estruturando o futuro ou uma empresa investindo com racionalidade. O setor entra no ano preparado para inovar, sustentar sua relevância e ampliar sua presença dentro e fora do Brasil, com tecnologia, personalização e segurança como seus pilares centrais.

(08.01.2026)