

Por Tatiana Schuchovsky Reichmann é administradora, especializada em gestão empresarial e CEO da Ademicon. Com 30 anos de atuação na empresa, lidera atualmente uma equipe de 500 colaboradores e mais de 18 mil consultores de venda em todo o Brasil. Acredita que o consórcio é um meio de democratizar o acesso ao crédito e uma ferramenta de planejamento financeiro.

O mercado de consórcios vive um momento de expansão e transformação. Os números mais recentes da Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (ABAC) mostram a dimensão do setor: o sistema alcançou mais de R$ 389,5 bilhões em negócios realizados de janeiro a agosto de 2026, um volume recorde para o período e 24,2% acima dos R$ 313,7 bilhões registrados nos mesmos meses do ano passado.No mesmo recorte, foram comercializadas 3,82 milhões de cotas, alta de 15,1% em relação às 3,32 milhões registradas no ano anterior, o maior resultado dos últimos dez anos. Como consequência desse ritmo de adesões, o número de participantes ativos chegou a 13,55 milhões, crescimento de 12% sobre os 12,09 milhões contabilizados em agosto do ano passado.Os números que destacam a força do modelo trazem, ao mesmo tempo, um desafio: como garantir que o crescimento seja acompanhado por uma evolução igualmente consistente em qualidade, transparência, profissionalização e confiança? A resposta passa pela sustentabilidade do próprio mercado, característica que nesse caso, deve ser entendida em seu sentido mais amplo. Aqui a discussão diz respeito à capacidade de crescer de forma responsável, gerar valor para seus diferentes públicos e estabelecer relações de longo prazo com consumidores, parceiros e profissionais.O cenário atual demonstra que a modalidade vem conquistando espaço como

instrumento de planejamento financeiro. A expansão indica que um número cada vez maior de brasileiros está recorrendo ao consórcio para viabilizar projetos de aquisição de imóveis, veículos, máquinas, equipamentos e contratação de serviços. Tal movimento também dialoga com uma mudança de comportamento no perfil do consumidor, que vem adotando atitudes focadas na aquisição planejada, de médio e longo prazo, o que reflete uma maior aproximação do conceito de educação financeira.É justamente nesse ponto que a essência do consórcio ganha relevância. Mas quando milhões de pessoas participam de um sistema baseado em compromisso de longo prazo, é preciso garantir a transparência das informações e combater práticas que possam induzir a decisões inadequadas. Dessa forma, promover uma comunicação acessível e precisa é fundamental para reduzir conflitos, prevenir insatisfações e fortalecer a segurança e a sustentabilidade do setor.Outro ponto que merece atenção é a profissionalização. O crescimento do consórcio amplia a necessidade de profissionais preparados para oferecer uma abordagem verdadeiramente consultiva. Mais do que comercializar uma cota, é necessário compreender o objetivo do cliente, seu momento financeiro e suas expectativas para apresentar uma solução coerente com seu planejamento.A tecnologia também tem papel decisivo nessa manutenção. Ferramentas de inteligência artificial, plataformas digitais e novos canais de atendimento tornam a jornada mais simples, ágil e personalizada. Mas a inovação só contribui efetivamente quando vem acompanhada de transparência, segurança e responsabilidade.Há ainda a questão relacionada à escala. Um mercado que cresce precisa preservar a qualidade enquanto amplia sua atuação. Isso envolve governança, capacitação, atendimento e critérios claros na relação com clientes e parceiros, como regras, procedimentos e padrões de conduta objetivos e acessíveis, aspectos que devem acompanhar o amadurecimento de todo o ecossistema.Aqui, a sustentabilidade do consórcio também depende da capacidade de estar alinhado com as transformações da sociedade. Em um ambiente em que consumidores estão cada vez mais informados e exigentes isso significa pensar além, na construção de relações que façam sentido no hoje e no amanhã, atendendo a vocação de longo prazo do produto.Os resultados alcançados em 2026 mostram que o modelo conquistou espaço nas estratégias de planejamento de milhões de brasileiros. Agora, é preciso fazer com este crescimento carregue a mesma essência do consórcio: seja planejado, consistente e sustentável.



Por Tatiana Schuchovsky Reichmann é administradora, especializada em gestão

empresarial e CEO da Ademicon. Com 30 anos de atuação na empresa, lidera atualmente uma equipe de 500 colaboradores e mais de 18 mil consultores de venda em todo o Brasil. Acredita que o consórcio é um meio de democratizar o acesso ao crédito e uma ferramenta de planejamento financeiro.

(05.11.2026)