Mesmo em cenários de juros altos ou baixos, modalidade segue gerando demanda; Topaz já implantou seu novo ERP nos primeiros clientes e projeta ampliar a adoção da solução em 2027

Jorge Iglesias, CEO da Topaz

São Paulo, novembro de 2026 -. O mercado brasileiro de consórcios mantém sua trajetória de crescimento, mesmo em cenários de instabilidade econômica. Com o crédito mais caro, o modelo ganha espaço como alternativa para consumidores que querem adquirir bens sem as taxas de juros de outras formas de financiamento. Quando os juros caem e a economia melhora, o consórcio também se beneficia do aumento da renda disponível e passa a ser considerado uma opção de planejamento financeiro.

Essa resiliência se reflete na aquisição de bens. Dados apresentados pela Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (ABAC) mostram que cerca de um em cada três veículos leves vendidos no país é adquirido por meio de consórcio, proporção que chega a uma em cada duas motocicletas. No entanto, também aumenta a concorrência entre administradoras para oferecer jornadas mais eficientes, seguras e acessíveis aos consumidores.

“O consórcio consegue passar por diferentes momentos da economia porque atende a uma necessidade que permanece: a vontade de adquirir um bem e planejar essa conquista. Em um cenário de crédito mais caro, ele ganha ainda mais relevância, mas, quando os juros estão baixos, também continua competitivo como instrumento de planejamento”, afirma Jorge Iglesias, CEO da Topaz, uma das maiores empresas de tecnologia especializada em soluções financeiras digitais do mundo e parte do Grupo Stefanini.

O crescimento do mercado traz uma questão para as administradoras: a pressão por eficiência. Nos últimos meses, a Topaz tem percebido uma preocupação ainda maior do setor com temas como proteção contra fraudes, qualidade da venda, análise de crédito e entrada de documentos, além da busca por mais agilidade nos processos de contemplação e faturamento dos bens. Na avaliação da empresa, isso reforça a necessidade de contar com uma tecnologia capaz de acompanhar o aumento da demanda sem se tornar um limitador da operação.

“As administradoras estão mais criteriosas em relação ao que entregam ao cliente, ao vendedor e às próprias equipes. Ao mesmo tempo em que o mercado cresce, aumenta a concorrência. Isso exige mais qualidade, segurança e eficiência dos fornecedores de tecnologia”, diz Iglesias.

É nesse contexto que a Topaz vem ampliando sua atuação no segmento e lançou neste ano, após três anos de desenvolvimento, o ERP especificamente para o mercado de consórcios, já em implantação nos primeiros clientes. A empresa segue para uma sequência de novas implementações e já negocia novos projetos para 2027. A plataforma foi desenvolvida com uma arquitetura mais moderna e não monolítica, com infraestrutura em nuvem e recursos voltados à integração e à digitalização da jornada das administradoras. Segundo estimativas da Topaz, os primeiros clientes já reportam economia de 50% ou mais nos custos de infraestrutura, em comparação com ambientes mais tradicionais.

“Estamos vendo, na prática, que modernizar o ERP pode ter impacto não apenas na experiência do cliente, mas também na eficiência da própria operação. Uma arquitetura mais atual permite escalar, integrar novos canais e reduzir a dependência de estruturas legadas que podem se tornar gargalos para o crescimento”, destaca o CEO da Topaz.

Entre os recursos que vêm recebendo maior atenção do mercado está a funcionalidade de múltiplas cotas, que permite à administradora simular uma venda envolvendo diferentes cotas e utilizar inteligência artificial para construir cenários de probabilidade de contemplação, considerando variáveis como lance e valor atualizado das parcelas e sendo flexível para os fluxos operacionais de acordo com o produto e regras. A Topaz também destaca a evolução das

estratégias de distribuição por meio de marcas parceiras e modelos white label, que permitem às administradoras ampliar a oferta de consórcios por diferentes canais e marcas.

A evolução tecnológica também responde a uma mudança no comportamento do consumidor. Para a Topaz, as administradoras terão de ampliar o acesso às informações e permitir que clientes escolham diferentes canais para realizar simulações, vendas e atendimentos – desde aplicativos e WhatsApp a parceiros e escritórios de revenda. Para isso, uma infraestrutura baseada em APIs organizadas e seguras passa a ser cada vez mais relevante. Em sistemas legados, a necessidade de abrir chamados com o fornecedor para acessar informações ou desenvolver novas integrações pode aumentar o tempo de resposta. Para uma administradora que precisa lançar campanhas, produtos ou novos canais em escala, a tecnologia não pode se transformar em um limitador e, consequentemente, em um gargalo para a expansão do negócio.

“O consumidor quer mais informação e mais liberdade para escolher como se relacionar com a administradora. Para acompanhar esse movimento, a tecnologia passa a dar velocidade ao negócio. Em 2027, essa deve ser uma das principais agendas das administradoras: modernizar sua infraestrutura para sustentar o crescimento das vendas”, conclui Iglesias, CEO da Topaz.

Fonte: Topaz/DFreire Comunicação, em 10.11.2026.