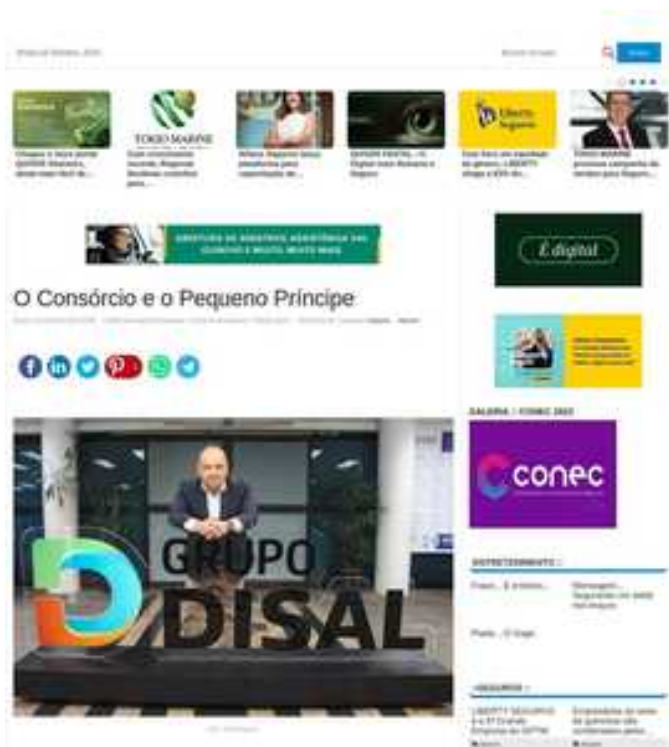


## O Consórcio e o Pequeno Príncipe



[Clique aqui para abrir a imagem](#)

Artigo assinado por: Fabio Augusto de Souza (CEO do Grupo Disal)

No clássico livro 'O Pequeno Príncipe', de Antoine de Saint-Exupéry (1900-1940), obra que completa 80 anos em 2023, há um capítulo que conta a experiência do protagonista em um pequeno planeta junto do personagem Acendedor de Lâmpião.

Na história, o Acendedor de Lâmpião cumpria um procedimento sem questionar: acendia o lâmpião quando o sol se punha e apagava o lâmpião quando o sol nascia. Por um evento cósmico, o planeta onde morava o Acendedor começou a girar mais rápido e o dia passou a durar um minuto e não mais vinte e quatro horas, o que levou o Acendedor a ficar sem tempo para descansar por ter que acender e apagar o lâmpião a cada minuto. É possível entender nessa passagem que o cenário mudou, mas as regras continuaram as mesmas.

Diferente dessa passagem de 'O Pequeno Príncipe', o produto **consórcio** por diversas vezes se adaptou e se antecipou a qualquer evento cósmico do nosso mercado

que envolveu as frequentes mudanças políticas e econômicas do nosso país, aderindo a novos comportamentos de compra do consumidor. Para provar isso, segue uma linha do tempo por mais de 60 anos de história do **consórcio** no Brasil.

O **Consórcio** nasceu em 1961 por meio de um grupo de amigos, todos colaboradores do Banco do Brasil, em Brasília. Esse grupo arrecadava entre os participantes um valor mensal suficiente para adquirir um VW Fusca zero quilômetro. Um sorteio definia o premiado ou contemplado entre os participantes do grupo. Vale lembrar que, nessa época, não existia ainda a opção de oferta de lance.

A prática foi difundida principalmente entre os colaboradores de bancos e montadoras, e ganhando cada vez mais notoriedade. Em 1967, foi criada a **ABAC - Associação Brasileira das Administradoras de Consórcios**. Em 1971, o sistema, já relevante, obteve sua primeira regulamentação por meio da Secretaria da Receita Federal.

Durante as décadas de 70 e 80, as montadoras instaladas no Brasil de motocicletas e automóveis passaram a observar essa modalidade de compra tipicamente brasileira como um excelente meio de formação de demanda futura, visando alavancar as vendas de veículos novos de suas marcas.

Vale ressaltar ao leitor que a década de 80 foi marcada pela inflação galopante, troca de governo em 1986 e por uma sucessão de planos econômicos - Funaro, Bresser, Cruzado I e II - pelo congelamento de preços, onde começamos a década com o Cruzeiro, passamos por Cruzado, Cruzado novo e retornamos ao Cruzeiro como moeda.

Na onda de explosão do consumo e da inflação, longe das altas taxas de juros, o **consórcio** se mostrou robusto e viabilizou a compra de milhares de motocicletas, automóveis e posteriormente caminhões. Além disso, ampliou as oportunidades para o segmento

de eletrônicos, permitindo a aquisição, por meio de **consórcio**, do saudoso videocassete de várias cabeças ou daquele tão sonhado televisor colorido de muitas polegadas para acompanhar as Copas do Mundo de 1982 e 1986.

No final da década de 80, algumas empresas que administravam **consórcio** tiveram problemas na gestão dos caixas de grupos formados, o que resultou, na época, em intervenção de órgão federal junto a essas empresas. Nesse momento, fica claro que o **consórcio** tinha ganhado corpo e necessitava de regras mais consistentes para manter sua credibilidade junto aos consumidores.

Esse contexto levou o Banco Central a assumir, em 1991, a fiscalização e regulamentação do sistema de consórcio, definindo ao longo dos anos seguintes com a **ABAC** - Associação Brasileira de Administradora de **Consórcio** - regras mais claras e consistentes para garantir a confiança do **consórcio** junto aos milhares de consorciados no Brasil.

No início dos anos 90, não houve trégua para o Brasil: o Governo de Fernando Collor promoveu o confisco da poupança, tivemos Impeachment, seguido pelo Governo de Itamar Franco, a criação da URV (Unidade Real de Valor), Plano Real e por fim o Governo de Fernando Henrique Cardoso, que trouxe o recuo da inflação e a estabilidade econômica em 1994. Foi nessa década que o **consórcio** de imóveis surgiu, atendendo uma demanda que o financiamento tradicional não viabilizava em função das altas taxas de juros e das garantias exigidas para concessão de crédito.

Em 1998, me recordo que tive participação ativa na concepção e no lançamento do primeiro **consórcio** de automóveis comercializado vendido em um grande banco de varejo. Um projeto inédito que conduzi como executivo do Unibanco junto ao Grupo Rodobens. Essa inovação permitiu que outros bancos colocassem o **consórcio** em suas prateleiras, massificando esse produto, o que contribuiu para o fortalecimento do sistema de **consórcio**, ampliando seu canal de

distribuição.

Em 2004, atuando como executivo de uma montadora japonesa, desenvolvi um plano de **consórcio** para automóveis da marca voltado para clientes de alta renda, algo inédito no mercado, focado na época na venda de **consórcio** de carros populares. Esse novo plano ajudou a marca japonesa a desenvolver demanda futura para um mercado premium e quebrou o paradigma de que **consórcio** é um produto voltado apenas para um nicho de baixa renda.

Em 2008, já em um ambiente inflacionário mais estável e com altas taxas de juros, o sistema de **consórcio** se reinventa mais uma vez e amplia seu escopo de atuação. A modalidade cai no gosto popular e o consumidor começa a utilizar o **consórcio** para viabilizar viagens, cirurgias plásticas, faculdades, cursos, casamentos e assim surge o **Consórcio** de Serviços.

Quando se achava que o sistema de **consórcio** estava consolidado, observa-se a partir de 2010 que o segmento de automóveis supera em cotas vendidas o segmento de motocicletas, que por anos detinha o maior market share.

Importante ressaltar que o **consórcio** sempre foi uma opção de compra planejada, parcelada e sem juros, mas destinada para oferta de crédito mais barato, o que alavancava o setor de duas rodas. O que observamos ao final é que investidores e empreendedores começaram a considerar o **consórcio** no seu planejamento financeiro, seja para expansão de patrimônio ou para alavancar seus negócios. E o **consórcio** passa a ser solução para renovação de suas frotas, locadoras, expansão de estacionamento, construção, reformas, entre outros.

O slogan do **consórcio** por décadas adotado como 'poupança forçada' para aquisição de bens e serviços deu lugar a 'investimento planejado' ou 'capital investido'. O sistema de **consórcio**, muito diferente da história inicial do Pequeno Príncipe, se reinventa por 60

---

anos, se adapta e se supera e atende mais de 8 milhões cotistas atualmente, seja qual for o planejamento, plano econômico, política monetária, inflação ou renda do cliente.

Mas o que não mudou foi o termo 'carta de crédito', objetivo de todo cliente quando faz aquisição de um **consórcio**, porém não estamos mais falando de um papel em formato de carta que confere um crédito e sim de uma notificação que chega por celular com o mesmo objetivo. No mercado atual, a 'carta de crédito' acompanhou a evolução tecnológica e tornou-se moeda forte, atravessa gerações e é passada de pai para filho.

Em resumo, o sistema de **consórcio** está consolidado, é mutável e pronto para se renovar sempre que preciso. Tem regulamentação, oferece segurança ao consumidor e apresenta um crescimento consistente ao longo dos anos, movimenta bilhões anualmente e vêm transformando a vida de milhares de brasileiros que realizaram seus sonhos a partir de uma cota de **consórcio**.

**Assuntos e Palavras-Chave:** ABAC -  
ABAC, Consórcio, Consórcios