LTI Seguros avança na transição do ambiente Sandbox para Seguradora do segmento S3

A LTI Seguros – seguradora do Grupo Loovi – acaba de receber o sinal verde da Superintendência de Seguros Privados (Susep) para avançar rumo à conquista da licença definitiva. Essa foi a última etapa na jornada no Sandbox e marca o fim da transição para o regime regulatório pleno.

Após cumprir integralmente todos os requisitos, o próximo passo agora é oficializar o pedido junto à Susep – o que deve acontecer ainda neste primeiro semestre - e aguardar a autorização oficial da autarquia para se tornar seguradora S3 permanente.

"Essa autorização da Susep é extremamente importante para nós, porque, além de validar nosso modelo de base tecnológica, nos dá o sinal para seguirmos com nossos objetivos com autorização plena para emitir apólices e gerir sinistros em todo o território nacional, em um segmento ainda maior", disse Quézide Cunha, CEO e fundador da empresa.

Segundo ele, esse passo marcará um novo capítulo na trajetória da empresa, que nasceu com o propósito de desburocratizar o acesso ao seguro automotivo, oferecendo ao mercado um modelo 100% digital que permite a contratação e o acionamento de serviços diretamente via smartphone, eliminando gargalos tradicionais do setor.

"O nosso objetivo é ser uma alternativa ao modelo tradicional e transformar a forma como o consumidor brasileiro acessa produtos e serviços de seguro. Somos uma empresa disruptiva, com uma proposta inovadora e acessível, a partir de um modelo de operação digital", destacou.

Diferentemente das companhias tradicionais, a seguradora do grupo Loovi aceita veículos com até 40 anos de uso, modificados e de leilão. A contratação é simplificada, 100% digital, sem análise de perfil, e com pagamento mês a mês. A gestão de sinistros é ágil e desburocratizada, com atendimento online e resolução rápida.

"A nossa proposta de valor é levar o seguro de automóvel a quem nunca teve acesso, de forma rápida e acessível. Para isso, toda a nossa estrutura é sustentada por tecnologia proprietária, com plataforma escalável e cobertura ativa em todos os estados do Brasil. Investimos em inteligência artificial e em novos padrões de comportamento do consumidor digital porque queremos revolucionar ainda mais esse mercado", garantiu Quézide.

Para ampliar o alcance junto ao público que historicamente ficava fora do mercado de seguros, a marca utiliza uma estratégia de comunicação digital com embaixadores e influenciadores de grande projeção nacional. Recentemente, a companhia lançou a campanha "Loucos pelo Hexa", que dará seis meses de seguros grátis se a seleção brasileira vencer a Copa do Mundo de futebol. A ação é estrelada pelo jogador Neymar Jr, embaixador da marca, e por Renato Cariani, Júlio Balestrin, Tiago Toguro e o humorista Tirulipa.

Fonte: Loovi/Agência Pauta VIP, em 11.05.2026.