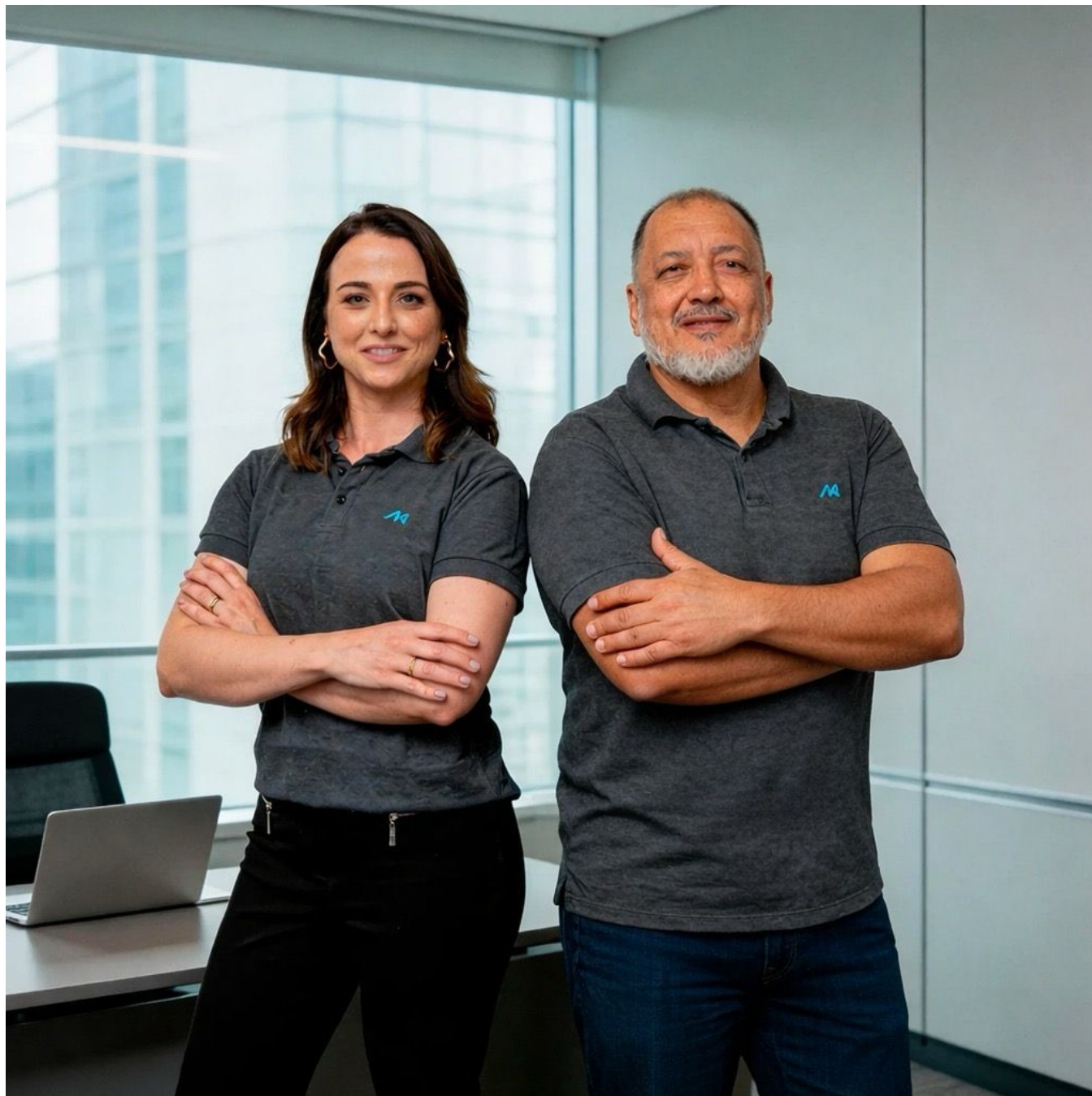


Marchan lança modelo que reúne equipe especializada e tecnologia para assumir etapas da operação e ampliar o tempo dedicado ao relacionamento com o segurado



Taísa Castagnari, sócia da Marchan, e Mauro Archanjo

Tecnologias antes mais acessíveis às grandes empresas estão chegando a negócios de diferentes portes. No setor de seguros, 88% dos executivos ouvidos pela pesquisa mais recente da PwC sobre tendências digitais em operações afirmam que ferramentas digitais mais acessíveis permitem que empresas menores se aproximem dos líderes em digitalização.

É nesse cenário que a Marchan Assessoria de Seguros, de Campinas (SP), lança o Marchan Full Service. Trata-se de uma estrutura que reúne profissionais especializados e tecnologia para assumir parte da operação das corretoras, incluindo cotações, acompanhamento de propostas,

emissão de apólices, renovações e pós-venda.

A proposta é reduzir o tempo dedicado a tarefas operacionais e ampliar a atenção ao cliente. O modelo também organiza informações que já existem na carteira, como perfil dos segurados, produtos contratados e períodos de renovação, para identificar necessidades de cobertura e oportunidades de relacionamento.

“A grande questão não é simplesmente fazer mais rápido o que o corretor já faz. É tirar da frente dele aquilo que não precisa necessariamente ser feito por ele. Se uma corretora consegue atender melhor, acompanhar mais oportunidades e manter o cliente próximo sem precisar aumentar sua estrutura na mesma proporção, ela ganha capacidade de crescer”, explica Mauro Archanjo, da Marchan.

Para Mauro, a mudança acompanha um mercado mais digital, profissionalizado e competitivo, no qual ter estrutura não significa necessariamente ampliar as equipes internas.

“O mercado ficou mais profissional, mais digital e mais competitivo. O corretor que quiser crescer precisa ter estrutura, mas isso não significa necessariamente montar uma grande equipe dentro de casa. A tecnologia permite outra possibilidade: combinar uma operação enxuta com uma estrutura externa especializada, que entra onde estão os gargalos”, afirma.

Oportunidades dentro da própria carteira

Além de assumir etapas da operação, o Full Service busca aproveitar melhor as informações que as corretoras já acumulam sobre seus clientes. Histórico, produtos contratados e datas de renovação podem ajudar a identificar lacunas de proteção, antecipar necessidades e orientar o contato com o segurado.

“Nossa experiência mostrou que muitas informações importantes já estão dentro da própria operação. Uma carteira, por exemplo, reúne histórico, perfil de clientes, produtos contratados e momentos de renovação que podem ajudar a orientar novas decisões. Ter uma visão mais organizada desses dados permite trabalhar melhor o que a corretora já construiu, sem depender apenas da busca por novos clientes”, afirma Mauro.

Com o novo modelo, a Marchan amplia sua atuação para além do suporte técnico e comercial às corretoras e passa a participar também de etapas da operação.

“A proximidade com o corretor nos mostrou que existia espaço para uma atuação mais ampla. Em vez de entrar apenas para resolver uma demanda, podemos ajudar a organizar a operação, acompanhar os processos e criar condições para que a corretora aproveite melhor as oportunidades que já estão dentro do negócio. Foi desse entendimento que nasceu o Full Service”, afirma Mauro.

Testado na rotina das corretoras

Antes do lançamento, o Full Service passou por um programa-piloto com corretores atendidos pela Marchan. O teste ajudou a identificar quais atividades poderiam ser centralizadas e os ajustes necessários para adequar o modelo à rotina dos parceiros.

“O piloto foi importante porque colocou a proposta diante da rotina real das corretoras. A partir dessa experiência, conseguimos perceber quais etapas faziam sentido centralizar, quais ajustes eram necessários e onde a estrutura poderia de fato contribuir para o trabalho dos parceiros. O produto foi sendo construído a partir desse contato com a operação, e não apenas a partir de uma ideia de tecnologia”, afirma Mauro.

Para os corretores que já trabalham com a Marchan, o modelo prevê remuneração vinculada ao desempenho e ao crescimento da produção.

“Escolhemos esse formato porque queremos que a nossa remuneração esteja ligada ao resultado que ajudamos a gerar. Em vez de cobrar apenas pelo serviço prestado, a Marchan passa a ter interesse direto na evolução da produção dos parceiros. É uma forma de estabelecer uma relação mais equilibrada, em que o desempenho de um lado tem impacto direto sobre o outro”, afirma Mauro.

Mauro acompanha há quatro décadas as transformações do mercado de seguros. A Marchan, com sede em Campinas, atua há quase três décadas no setor, trajetória que serviu de base para o desenvolvimento do novo modelo.

“Uma empresa que atravessa tantas mudanças precisa saber evoluir sem perder aquilo que a trouxe até aqui. A Marchan cresceu acompanhando as transformações do mercado e, hoje, o Full Service representa essa capacidade de olhar para o futuro sem romper com a nossa história. É uma nova frente para a empresa, construída a partir de tudo o que aprendemos ao longo dessa trajetória”, conclui Mauro.

Referências

PwC — Pesquisa de Tendências Digitais em Operações 2026

<https://www.pwc.com.br/pt/estudos/setores-atividade/producao-industrial/2026/pesquisa-sobre-tendencias-digitais-em-operacoes-2026.html>

Fonte: Engenharia de Comunicação, em 08.09.2026