

6º Trocando Ideias mostrou portfólio de quase 80 produtos, mudanças na precificação do automóvel e aplicações da inteligência artificial para apoiar a atuação comercial



A diversificação da carteira e o aproveitamento das oportunidades existentes na própria base de clientes estiveram no centro do 6º Trocando Ideias de 2026, realizado pela União dos Corretores de Seguros (UCS), no dia 6 de outubro, em São Paulo. Com o tema “Grupo HDI – Um Oceano de Oportunidades”, Paul Canarin, diretor do Grupo HDI, apresentou aos corretores a evolução da companhia, seu portfólio de produtos e estratégias para ampliar negócios.

Canarin destacou que, embora a HDI ainda seja bastante associada ao seguro automóvel, o grupo conta atualmente com quase 80 produtos. Entre as possibilidades citadas estão soluções de vida, property, transportes, prestamista, patrimonial, pequenos, médios e grandes riscos, responsabilidade civil, garantia e cyber, entre outras. Para o executivo, conhecer essa variedade é fundamental para que o corretor consiga aumentar sua participação na carteira dos próprios clientes. “O pior que pode acontecer com um corretor de seguros é descobrir que o seu cliente contratou outro seguro com outro profissional porque nem sabia que você trabalhava com aquele produto”, afirmou.

A reflexão foi reforçada pelo presidente da UCS, Augusto Esteves, que chamou a atenção para o potencial existente dentro das próprias carteiras. Segundo ele, muitas vezes um mesmo segurado mantém o automóvel com um corretor, a residência com outro e outros riscos com profissionais diferentes. “Por que não fidelizar, analisar o CRM e olhar tudo o que o seu segurado pode oferecer? Vamos pescar dentro do nosso pequeno aquário”, provocou.

Grupo amplia atuação e mira crescimento em São Paulo

Durante a apresentação, Canarin também trouxe números do Grupo HDI. A companhia conta com

67 filiais, quase 40 mil corretores parceiros, cerca de 4,5 mil colaboradores e 4,5 milhões de clientes. Em 2025, registrou faturamento de R\$ 15 bilhões e lucro de R\$ 1 bilhão.

O executivo apresentou ainda a estrutura de marcas e empresas que integram o ecossistema do grupo e falou sobre os investimentos realizados após as aquisições dos últimos anos. Segundo ele, a companhia ocupa atualmente a segunda posição entre as seguradoras do País em automóvel e P&C, mas ainda enxerga espaço importante para expansão no mercado paulista.

Uma das iniciativas para esse crescimento é a mudança no motor de cálculo do seguro automóvel. Canarin explicou que o objetivo é reduzir grandes diferenças de precificação entre as marcas do próprio grupo e tornar a oferta mais competitiva. A mudança já foi implementada na Yelum e está chegando à HDI durante os meses de outubro e novembro. “Vocês vão perceber cada vez mais a HDI melhor posicionada em preços do que está hoje”, antecipou o executivo. A estratégia não significa, segundo ele, igualar os preços das diferentes marcas, mas buscar maior regularidade na precificação e diminuir distorções.

Inteligência artificial entra na rotina comercial

Outro tema que ganhou espaço no encontro foi a inteligência artificial. Canarin comparou o momento atual ao início da popularização do celular e da internet e defendeu que os corretores comecem a experimentar as novas ferramentas em suas atividades.

Entre as possibilidades mencionadas estão a produção de conteúdo para redes sociais, criação de vídeos, campanhas e materiais de marketing, além do uso da tecnologia para identificar oportunidades dentro da carteira e melhorar os pontos de contato com o cliente. “Para mim, a IA é a nova fronteira”, afirmou. Na avaliação do executivo, a tecnologia pode ajudar o corretor a atuar em diferentes etapas da jornada do segurado, desde as primeiras dúvidas sobre a contratação até o relacionamento ao longo da vigência e o atendimento no momento do sinistro.

O Grupo HDI também já utiliza inteligência artificial em diferentes áreas da operação. Segundo Canarin, há aplicações em sinistros, relacionamento com oficinas e fornecedores, pagamentos, tributos e na própria área comercial. Um projeto em desenvolvimento integra IA ao CRM para identificar oportunidades junto aos corretores e apoiar os executivos comerciais na definição de agendas e abordagens mais consultivas.

A proposta, segundo ele, é utilizar dados e tecnologia para tornar o relacionamento mais direcionado à geração de negócios. “É para fazer negócio, para que vocês ganhem comissão, ganhem dinheiro com a gente, assim como nós com vocês também.”

Novos associados e conscientização no Outubro Rosa

A programação também marcou a entrada de sete novos associados na UCS. Augusto César, David Souza, Diego de Oliveira Barbosa, Lúcio de Lima Gomes, Meire Lúcia Teixeira, Vivian Nascimento de Oliveira e Edson Fecher receberam diplomas e pins da entidade durante o encontro.

O 6º Trocando Ideias também abriu espaço para a conscientização sobre o Outubro Rosa. A vice-presidente da UCS, Catia Guirao, destacou a importância de as mulheres não deixarem o próprio cuidado em segundo plano diante das inúmeras responsabilidades assumidas no dia a dia. “A mulher é aquela que cuida de todos, é aquela que ampara, que leva para a escola, para o médico, que vai ao mercado, mas nem sempre se lembra de cuidar dela. Cuidar de nós mesmas também é um ato de amor”, afirmou. Catia reforçou ainda a importância dos exames e da prevenção ao câncer de mama.

Augusto Esteves aproveitou o encontro para lembrar os 50 anos de sua trajetória no mercado de seguros e ressaltou a importância de os corretores planejarem a sucessão de suas empresas. Para ele, a continuidade da corretora também representa a preservação do atendimento construído durante anos com os segurados.

O presidente destacou ainda que o Trocando Ideias tem justamente a proposta de aproximar corretores das companhias e ampliar o conhecimento sobre as possibilidades existentes no mercado de seguros. O Trocando Ideias permite que o corretor conheça melhor as oportunidades oferecidas pelo mercado e converse com quem está à frente delas. Essa aproximação ajuda a esclarecer dúvidas e a encontrar novas formas de atender os clientes”, afirmou Esteves.

Realizado na Charles Pizza Grill, em São Paulo, o encontro reuniu associados da UCS, profissionais do mercado de seguros, representantes do Grupo HDI e da imprensa especializada.

Fonte: RUCO, em 07.10.2026