Com venda online de seguros, planos odontológicos e previdência, ferramenta atinge R$ 10 milhões em prêmios e registra resultado líquido 10% acima do projetado

A Plataforma Digital desenvolvida pela Unimed Participações, holding do Sistema Unimed, consolida-se como uma infraestrutura estratégica de vendas para conectar as cooperativas médicas a novas fontes de faturamento além do segmento saúde. A solução permite expandir o portfólio de produtos sem a necessidade de desenvolver operações comerciais ou tecnológicas do zero, ampliando o relacionamento com os beneficiários e fortalecendo a presença nos mercados regionais.

Entre janeiro e julho de 2026, a Plataforma Digital contabilizou 12 mil contratos ativos e a cobertura de 17 mil vidas. Esse volume gerou R$ 10 milhões em prêmios e R$ 4 milhões em receita no período, desempenho líquido 10% superior ao estimado. Os números dão sequência ao ritmo de crescimento observado em 2025, ano em que a estrutura ultrapassou 16 mil contratos e R$ 14,5 milhões em prêmios emitidos.

Diversificação de portfólio e rentabilidade para o ecossistema

Atualmente, a Seguros Unimed figura como a principal parceira na oferta de produtos, que incluem planos odontológicos, seguro de vida, previdência privada e proteções patrimoniais. A solução abrange ainda modalidades corporativas e de gestão de riscos, como seguro cibernético, garantia judicial e contratual, Responsabilidade Civil Profissional (RCP), além de coberturas para hospitais, clínicas e consultórios.

“O grande diferencial da ferramenta é permitir que as cooperativas diversifiquem suas opções e gerem novas receitas não assistenciais com custo zero de implantação. Entregamos uma experiência de contratação fluida e 100% online, possibilitando que o Sistema Unimed amplie sua atuação para além da saúde e ofereça proteção completa aos clientes”, afirma Marcio Costa, coordenador geral da Plataforma Digital, empresa da Unimed Participações.

Modelo de negócios integrado e autonomia local

De acordo com o executivo, a Plataforma Digital permite que cada cooperativa opere com identidade visual e marca próprias, mantendo autonomia sobre suas estratégias comerciais, relacionamento com o público e posicionamento local.

As vendas são realizadas diretamente pela cooperativa, que recebe comissão pelos produtos comercializados, expandindo receitas e fortalecendo sua capacidade de competir em um mercado cada vez mais diversificado.

Fonte: Unimed/FSB, em 13.11.2026.