

Iniciativa pioneira usa IA, produção ágil e inteligência de dados para empoderar mais de 44 mil parceiros com vídeos prontos, personalizáveis e focados em conversão

A Porto, anuncia oficialmente a Fábrica de Conteúdos, iniciativa que amplia a forma como a companhia produz e distribui materiais digitais para clientes e corretores em todo o país. Com apoio de inteligência artificial, processos ágeis e uma estrutura modular de produção, o projeto nasce com o objetivo de fortalecer a presença digital dos parceiros e ampliar o potencial de vendas por meio de comunicação estratégica.

A iniciativa surge em um momento em que o mercado demanda conteúdos cada vez mais rápidos, relevantes e personalizados. A proposta da Porto é transformar a produção de vídeos e materiais digitais em um fluxo contínuo, capaz de atender às diferentes verticais do ecossistema: Seguro, Saúde, Bank e Serviço, com escala e consistência.

Conteúdos prontos para ampliar a atuação digital dos corretores

A Fábrica de Conteúdos foi desenvolvida com foco no corretor, oferecendo vídeos oficiais, de fácil personalização e prontos para compartilhamento nas redes sociais. Os materiais são pensados para dialogar diretamente com o cliente final, com linguagem simples, formatos curtos e explicações objetivas sobre produtos e serviços.

Entre os diferenciais estão a possibilidade de personalização via PromoDigital, a utilização de formatos otimizados para Instagram, WhatsApp e YouTube e a integração com as estratégias comerciais da companhia. A iniciativa também prevê a produção de conteúdos com atores, vídeos desenvolvidos com inteligência artificial e materiais modulares que permitem reaproveitamento e ganho de escala.

Estratégia integrada ao desenvolvimento digital da rede

O lançamento da Fábrica de Conteúdos está conectado à estratégia mais ampla de desenvolvimento digital da Porto para sua rede de parceiros. A iniciativa complementa programas como o Corretor Influenciador, dentro da plataforma Porto Academia, ao oferecer materiais prontos que ajudam a potencializar as estratégias aprendidas pelos profissionais nas redes sociais.

O projeto reúne também conteúdos desenvolvidos em parceria com a Flint, plataforma brasileira especializada em educação e estratégia digital para a creator economy, empresa da qual Sabrina Sato é sócia. A colaboração reforça a conexão entre capacitação e execução prática, ao integrar metodologias de construção de marca pessoal, autoridade digital e influência aplicada a negócios. Dessa forma, a Fábrica de Conteúdos não apenas entrega ativos prontos, mas fortalece o posicionamento do corretor no ambiente digital como estratégia real de geração de vendas.

"A Fábrica de Conteúdos nasce para facilitar vendas, destravar oportunidades e fortalecer a autoridade do corretor, ampliando o impacto de um trabalho essencial que já acontece todos os dias. Nosso compromisso é oferecer aos parceiros materiais de alto nível, que garantam posicionamento, escala e mais performance junto aos clientes. Com isso, a Porto dá um passo relevante ao consolidar uma produção de conteúdos mais estruturada e eficiente, sempre com o cuidado e a proximidade que fazem parte do nosso DNA", comenta Luiz Arruda, VP Comercial e de Marketing do Grupo Porto".

Com mais de uma centena de vídeos previstos já nas primeiras etapas do projeto, a companhia aposta em inovação e tecnologia para transformar a comunicação em um ativo estratégico de negócios. A expectativa é ampliar a presença digital dos corretores, fortalecer o relacionamento com clientes e posicionar a Porto como referência no uso de IA aplicada à comunicação no mercado segurador.

Fonte: PROS, em 13.04.2026