

# Parceria entre CNP e XP mira na expansão do consórcio como ativo estratégico

## Renovação do acordo entre seguradora e plataforma financeira aposta no produto como alternativa de investimento e alavancagem patrimonial

Em um momento em que investidores buscam alternativas para escapar das altas taxas de juros, o consórcio tem ganhado novo protagonismo. Mais do que uma opção para adquirir bens, o modelo vem sendo usado como ferramenta de planejamento e alavancagem patrimonial — e é nessa direção que caminham CNP Seguradora e XP Inc., que acabam de renovar a parceria no segmento até 2033.

Firmado inicialmente em 2022, o acordo prevê agora mais integração entre os sistemas das empresas e o desenvolvimento de novos produtos sob medida, com foco também em seguros massificados, como o prestamista. A renovação sinaliza confiança mútua e aposta em um modelo de negócios que alia flexibilidade e planejamento de longo prazo.

### Crescimento expressivo

Os números dão sustentação à estratégia: no primeiro ano da parceria, foram vendidos mais de R\$ 1,4 bilhão em crédito. Somente no



François Tritz, CEO da CNP Seguradora: “Confiantes no sucesso das parcerias white label, como a que temos com a XP”

Divulgação

primeiro semestre de 2025, as vendas já superaram R\$ 1 bilhão. Cerca de 80% das cotas são destinadas à compra de imóveis, com adimplência em torno de 96%.

“O consórcio se tornou uma ótima opção de produto financeiro, seja para investimento ou para alavancagem patrimonial”, afirma François Tritz, CEO da CNP Seguradora. Segundo ele, a expectativa é ampliar a parceria para outros produtos do portfólio.

A atuação conjunta atende tanto a pessoas físicas quanto jurídicas. Enquanto os investidores individuais veem no consórcio uma alternativa sem juros para aquisição planejada de imóveis ou veículos, empresas usam o modelo em operações estruturadas — com a compra de múltiplas cotas para imóveis de maior valor, por exemplo.

### Modelo white label

Parte do êxito da parceria se deve à operação no formato white label. Nesse arranjo, a CNP é responsável

pela gestão e operação dos consórcios, mas toda a jornada do cliente acontece dentro do ambiente XP. O modelo permite a geração de valor para a marca do parceiro, contando com uma oferta altamente adaptada ao canal e com a expertise de produtos e operações da CNP. A sinergia entre as companhias também se reflete em eventos do setor.

Durante o ExpertXP 2025, o maior festival sobre investimentos do mundo, a CNP investiu em um estande dedicado exclusivamente ao Consórcio XP, o que demonstra alinhamento estratégico e empenho na expansão da base de clientes.

“A utilização do modelo white label é uma via de crescimento para companhias de diversos segmentos de negócio, tanto na distribuição do produto consórcio quanto seguros, capitalização ou odontológico que a CNP também comercializa. Nós enxergamos que esse é um modelo para parceiros do segmento financeiro e, também, não financeiro. O mesmo sucesso que atingimos com a XP, pode ser replicado em diversos outros negócios”, sintetiza Tritz.

Entre em contato com a CNP

