

Estudo mostra que seguradoras que fizeram do bancassurance seu principal canal de distribuição se tornaram cerca de 40% mais lucrativas

O Boston Consulting Group (BCG), por meio do estudo [Unlocking the Benefits of Bancassurance](#), revela que instituições focadas em varejo bancário devem se adaptar rapidamente para ter sucesso a longo prazo. Por essa razão, bancos estão fazendo parcerias com seguradoras para vender os produtos destas e atender a uma ampla variedade de necessidades dos clientes, ao mesmo tempo em que aumentam as receitas e melhoram o retorno sobre o capital – o que é chamado bancassurance.

Segundo o BCG, as instituições financeiras voltadas ao varejo que aproveitarem ao máximo essa modalidade podem aumentar os lucros em 15% a 20%, ao mesmo tempo em que disponibilizam produtos e serviços de seguros importantes para as pessoas que precisam deles.

“Bancassurance, é uma proposta vencedora não apenas para bancos, mas também para empresas de seguros e clientes, visto que alavanca os ativos de ambos os parceiros para desenvolver uma proposta de valor para cada grupo de clientes-alvo. Além disso, quando os consumidores adquirem seguros de um banco, eles ficam mais propensos a recorrer a essa instituição para outras necessidades”, afirma Gabriel Purkyt, sócio do BCG.

De acordo com o levantamento, as seguradoras que fizeram do bancassurance seu principal canal de distribuição entre 2017 e 2022, se tornaram cerca de 40% mais lucrativas do que as que não o fizeram, uma vez que puderam aproveitar o relacionamento de seus parceiros com os respectivos clientes para identificar mais oportunidades de vendas e de realizar upsell de seus produtos.

Até o final da década, a lucratividade e o crescimento do varejo bancário podem cair devido ao aumento de custos, particularmente de TI e funções de suporte. Assim sendo, à medida que a economia subjacente do varejo bancário desse segmento continua a mudar, instituições financeiras devem se adaptar rapidamente para ter sucesso a longo prazo.

Desenvolvimento da estratégia de bancassurance

O BCG sugere que, para construir um negócio sólido de bancassurance e contrapor as tendências acima mencionadas, as instituições financeiras devem avaliar frequentemente os principais elementos de sua operação:

- Visão e ambição. Eles devem entender como a modalidade de bancassurance pode dar suporte à visão geral do seu negócio e, com esse conhecimento, definir uma ambição adequada para a instituição.
- Modelo de parceria. As organizações precisam avaliar se seu modelo de parceria apoia sua visão e ambição. Para isso, devem considerar os aspectos comerciais e operacionais dessa associação, incluindo a proposta de valor, a forma de distribuição e a abordagem go-to-market, bem como os aspectos econômicos, como metas financeiras, orçamentos de investimento conjunto e a duração do contrato.
- Principais capacidades. Ao mesmo tempo, bancos e seguradoras precisam determinar quais capacidades de bancassurance são críticas e definir quem vai liderar cada uma delas.

“O mercado de bancassurance tem amplo espaço para crescer, já que os bancos se concentraram principalmente em seguros de vida e ainda precisam buscar oportunidades em outras linhas de negócios, como seguros de propriedade e acidentes e saúde. Dessa forma, aqueles que iniciarem um negócio de bancassurance ou dobrarem a aposta nesse modelo de negócio estarão melhor posicionados para se estabelecer nesse mercado promissor”, finaliza Purkyt.

O estudo completo está disponível, em inglês, no site do [BCG](#).

Fonte: Boston Consulting Group, em 10.03.2025.