

Por Manuel Matos (*)

O setor de seguros no Brasil está passando por uma transformação profunda, catalisada pela digitalização dos canais de venda e pela mudança no comportamento do consumidor, cada vez mais conectado, exigente e avesso a jornadas burocráticas. A ascensão de novos modelos de distribuição digital tem deslocado o eixo do setor para plataformas mais ágeis, transparentes e centradas na experiência do usuário. Seguradoras, corretoras, insurtechs e, especialmente, bancos digitais protagonizam essa revolução, reposicionando o seguro como parte integrante da vida digital das pessoas.

A análise dos dados recentes de vendas por canais digitais, elaborado pela Câmara Brasileira da Economia Digital – camara-e.net, revela um movimento claro de diversificação e sofisticação. Seguradoras continuam atuando com protagonismo, oferecendo produtos clássicos como automóvel, viagem e saúde em canais próprios e via parceiros.

No entanto, corretoras digitais e plataformas especializadas — como Auto Compara, Bidu, Affinity e 123 Seguros — vêm ocupando espaço relevante ao entregar conveniência, personalização e agilidade, especialmente em seguros sob demanda, como bike, celular e itens pessoais.

Mas é entre os bancos digitais que observamos a curva mais acentuada de crescimento. Em um contexto de bancarização digital acelerada, instituições como Nubank, XP e BTG Pactual estão redefinindo a distribuição de seguros ao integrar ofertas diretamente em seus superapps financeiros. O Nubank, por exemplo, ultrapassou a marca de 1,5 milhão de apólices vendidas apenas com o seguro de vida desde o lançamento da Nu Vida, expandindo rapidamente para produtos como seguro de celular e funeral.

A XP Seguros, por sua vez, incorporou o seguro como parte do planejamento patrimonial dos seus clientes, oferecendo coberturas diretamente na jornada de investimentos, com foco em proteção personalizada e consultoria inteligente. Já o BTG Pactual, com seu braço digital, estruturou um marketplace robusto de seguros dentro da plataforma BTG+, alcançando um público de alta renda com apólices customizadas e jornada 100% digital.

Esses bancos não apenas venderam apólices — eles mudaram a lógica de distribuição. Com tecnologia, dados e recorrência de uso, transformaram o seguro em um serviço invisível, contextual e conveniente. O cliente contrata com poucos cliques, sem fricção, na mesma interface onde já movimenta sua vida financeira. Essa convergência entre proteção e finanças não é apenas inovação — é disrupção. E ela aponta para um novo equilíbrio de forças no setor de seguros.

Ao lado desses participantes, o regulador também cumpre um papel essencial. A estruturação do Open Insurance traz a promessa de um mercado interoperável, competitivo e centrado no consentimento do consumidor. APIs padronizadas, acesso facilitado a dados securitários e o surgimento das SPOCs — Sociedades Processadoras de Ordem do Cliente — representam a infraestrutura necessária para escalar esse novo modelo. A recente articulação de laboratórios vivos, como o da Open Power, reúne corretoras, plataformas e insurtechs dispostas a experimentar, testar e modelar soluções em ambiente real, acelerando a maturação do ecossistema.

Diante desse cenário, o futuro da distribuição de seguros será construído sobre três pilares fundamentais: dados, experiência e confiança. Dados permitirão ofertas mais precisas e inteligentes. Experiência definirá quem conquista o cliente na última milha. E a confiança continuará sendo o ativo central da relação entre marca e segurado — agora em ambiente digital.

A digitalização dos canais de seguros já não é uma tendência: é uma realidade consolidada. O protagonismo de bancos digitais como NU, XP e BTG é apenas a ponta visível de uma mudança estrutural mais ampla, que abre espaço para novos modelos, novos intermediários e uma nova geração de consumidores. O desafio está lançado. E a oportunidade é enorme — para quem estiver

preparado para transformar, com coragem e visão de longo prazo, o modo como o Brasil protege pessoas e patrimônios.

(*) **Manuel Matos** é 1º vice-presidente da Fenacor, delegado do Sincor-SP e um dos idealizadores que introduziu os corretores de seguros na oferta de certificados digitais no Brasil. Também é coordenador do Comitê Open Insurance da Camara-e.net, entidade que presidiu durante cinco anos, fundador da Via Internet Insurance Consulting, uma das empresas pioneiras da Internet no País, e idealizador do GuiaOpen.

Fonte: [GuiaOPEN](#), em 14.05.2025