

Foco em parcerias estratégicas alavancou o crescimento duplo dígito, enquanto estrutura tecnológica e soluções inovadoras garantiram os avanços no ambiente digital

A BNP Paribas Cardif, referência nacional em seguros massificados, prestamista e bancassurance, alcançou R\$ 3,8 bilhões de faturamento no Brasil no último ano – um crescimento de 21% em relação a 2023. Reconhecida por seu modelo de negócios B2B2C, a companhia comercializa seguros por meio de grandes parcerias nos setores de Bancos, Auto, Varejo e nativos digitais.

Em 2024, as parcerias com bancos tradicionais e bancos de montadoras apresentaram juntas uma alta de 35% no faturamento da seguradora em relação ao ano anterior, com destaque para produtos como o Crédito Protegido Sênior, uma proteção financeira inovadora, voltada para clientes acima dos 70 anos, que foi desenvolvida para o BRB e que conquistou o Prêmio Eco por seu caráter sustentável e inclusivo.

Refletindo os avanços contínuos de sua estrutura tecnológica, a BNP Paribas Cardif Brasil também elevou em cerca de 104% seu faturamento no pilar de digital, reforçando não apenas as parcerias com fintechs e nativos digitais, mas também a criação de jornadas e produtos mais ágeis e acessíveis para os segurados. Por fim, mesmo diante de um cenário macroeconômico desafiador, o segmento do varejo avançou 9%, guiado por uma maior adesão aos produtos de garantia estendida e impulsionamento das vendas digitais.

Para Emmanuel Pelège, CEO da BNP Paribas Cardif Brasil, “o crescimento de 21% pelo segundo ano seguido é prova da força das parcerias estratégicas e diversificadas da companhia, desempenhando um papel essencial tanto nos resultados quanto em sua busca por contribuir ativamente com a ampliação do mercado segurador do país e transformar a relação dos brasileiros com os seguros”.

“Prestes a completar 25 anos no Brasil, a BNP Paribas Cardif segue firme em seu propósito de tornar os seguros mais acessíveis. Fazemos isso ao potencializar nossas parcerias e trazer soluções inovadoras aos seus negócios. Afinal, nossos parceiros não apenas compartilham da nossa obsessão pelos clientes, como acreditam verdadeiramente em nossos valores e entendem o grande impacto social dos seguros. Estamos muito felizes em continuar cultivando essas alianças”, afirma Emmanuel Pelège.

Mais dados de destaque

Em 2024, a BNP Paribas Cardif Brasil registrou 1 milhão de novos clientes por mês, totalizando 25 milhões de apólices e mais de 14 milhões de clientes ativos. O desempenho da seguradora consolida sua liderança no segmento de seguros prestamista, além do sucesso de produtos como Garantia Estendida, Roubo, Furto e Quebra Acidental, Residencial e Garantia Estendida Veicular.

Outros dados relevantes do período dizem respeito aos avanços da empresa no ambiente digital. Hoje, cerca de 34% das jornadas da BNP Paribas Cardif Brasil são do tipo end to end digital, na qual toda a experiência do cliente – do momento da compra do seguro até seu acionamento, passando por acompanhamento de status e recebimento da indenização –, ocorre de forma rápida, eficiente e sem a necessidade de intervenção humana.

“Essa digitalização dos ciclos da apólice é um aspecto cada vez mais importante para nosso negócio e para a experiência do cliente final. No último ano, 36% dos nossos seguros foram comercializados de forma online, enquanto a abertura de sinistros por canais digitais alcançou 70% das solicitações, com mais da metade delas sendo decididas instantaneamente”, pontua Emmanuel Pelège.

Apesar do grande apoio da tecnologia, o atendimento humanizado e empático, principalmente em casos mais sensíveis, ainda é um dos diferenciais da seguradora, com produtos como o seguro de

Garantia Estendida chegando a um Net Promoter Score (NPS) de 74 pontos em 2024.

A estratégia de expansão digital da companhia também tem impacto direto nas parcerias, com a implementação de soluções cloud e de APIs mais avançadas aprimorando os processos de gestão de seguros, facilitando o time to market de novos produtos e otimizando diversas das operações realizadas entre a seguradora e seus parceiros – do faturamento ao pagamento de comissões.

O acesso aos seguros e uma estratégia sólida de proposta de valor também seguem como pautas importantes. Em 2024, a BNP Paribas Cardif continuou comprometida em sua missão de tornar os seguros mais acessíveis ao simplificar seus produtos e a jornada dos clientes no Brasil, oferecendo apólices com 51% menos exclusões e contratos com uma redução de até 40% no volume de texto – facilitando sua compreensão pelo segurado.

A oferta de serviços agregados, por sua vez, faz parte dos esforços da seguradora para transformar a cultura dos seguros no país. “Estamos constantemente estudando formas de oferecer aos clientes recursos que sejam úteis desde o momento em que eles assinam a apólice. Isso vai de um ecossistema voltado para empregabilidade em seguros prestamista até o acesso a serviços emergenciais em produtos residenciais ou do segmento de auto”, explica o executivo.

“Queremos estar mais presentes, para que eles saibam que podem contar conosco mesmo quando não há um evento adverso. Isso nos aproxima e eleva a importância dos produtos de seguros na vida das pessoas”, finaliza Emmanuel Pelège.

Fonte: BNP Paribas Cardif Brasil/Digital Trix, em 29.05.2025.