

A era dos seguros digitais: como a tecnologia e os modelos de negócio estão redesenhando o mercado de proteção e assistências

Por Darllan Botega (*)



Contratar um seguro ou assistência deixou de ser sinônimo de burocracia, extensa documentação e contratos complexos. O avanço da digitalização e, sobretudo, a evolução dos modelos de negócio estão promovendo uma disrupção estrutural no setor consolidando uma nova lógica: mais simples, acessível, personalizada e integrada ao cotidiano das pessoas.

O crescimento do setor comprova essa transformação. Segundo a Superintendência de Seguros Privados (Susep), o mercado arrecadou R\$ 435,56 bilhões em 2024, um avanço nominal de 12,2% em relação ao ano anterior. Este crescimento não é apenas quantitativo — ele é qualitativo. A digitalização, somada à mudança no comportamento dos consumidores, redefine os pilares de distribuição, desenvolvimento de produtos e gestão de risco.

Mais do que digitalizar processos, o setor está passando por uma reengenharia de sua própria cadeia de valor. As novas tecnologias são habilitadoras de modelos de negócios completamente novos, através da inteligência artificial e seus agentes, APIs para conectar tudo e a oportunidade de construir novos modelos com dados não estruturados serão a diferença para as empresas mais inovadoras e adaptadas.

Estamos falando de produtos altamente personalizados, jornadas 100% digitais e experiências instantâneas. Um exemplo claro deste movimento são as proteções para smartphones vendidas diretamente dentro de apps de e-commerce ou bancos digitais, em que o cliente, ao adquirir um novo aparelho, recebe uma oferta contextualizada de seguro. Com poucos cliques, a contratação é concluída, a apólice é emitida em tempo real e o cliente já está protegido. O mesmo se aplica às assistências automotivas ou de viagens, que podem ser contratadas no momento da compra do

bilhete aéreo, de forma automatizada, personalizada e integrada à jornada do cliente. A utilização de dados e análises preditivas permitem uma gestão de risco mais precisa, precificação mais justa e, conseqüentemente, preços competitivos, democratizando o acesso a seguros e assistências para públicos que, historicamente, estavam fora desse mercado.

O novo papel das seguradoras e das insurtechs no ecossistema digital

O consumidor mobile-first (migrando para o IA-first!), que vive integrado às plataformas digitais, exige soluções que façam parte de sua jornada cotidiana. A transição para um comportamento IA-first significa que os clientes esperam, cada vez mais, interações preditivas, personalizadas e automatizadas. Isso se traduz em assistentes virtuais que antecipam necessidades, ofertas de seguros baseadas em comportamento em tempo real, análise de riscos com base em dados não estruturados, como localização, hábitos de consumo e até interações em redes sociais, além de jornadas de sinistro 100% automatizadas, onde a IA faz o reconhecimento de imagens, valida documentos e aprova indenizações em segundos, sem intervenção humana, de forma simples, intuitiva e invisível. Contratar a proteção para um celular, viagem, bicicleta ou até para sua vida financeira deve ser tão fácil quanto fazer uma compra em e-commerce. E isso muda completamente a lógica de distribuição.

Neste cenário, o modelo de parcerias e B2B2C ganha protagonismo. Empresas de setores como varejo, turismo, bancos digitais, mobilidade e saúde passam a incorporar seguros e assistências como parte de sua proposta de valor. O seguro deixa de ser um produto isolado e se torna um serviço "embedded" relevante, acessível e disponível no momento certo da jornada do cliente.

É aqui que surgem oportunidades para Insurtechs, novamente, se reinventarem e se reposicionarem, trazendo a implantação das novas tecnologias para o setor. Tomo a liberdade de inverter a nomenclatura das startups "techs" de seguros e trazer o termo "TechInsur", que não são apenas corretoras e distribuidoras digitais, mas, sim, empresas de tecnologia focadas em soluções para o ecossistema de proteção, benefícios e assistências. APIs, plataformas white label, jornadas plugáveis, inteligência preditiva, automação na análise de sinistros e precificação dinâmica fazem parte deste novo arsenal.

De corretora digital para orquestradora: o papel da Ciclic como Corporate Venture Studio

Mais do que uma Insurtech,, a Ciclic está assumindo o papel de uma techinsur, se posicionando como um hub de tecnologia, negócios, inovação e crescimento para o mercado de proteção e assistências no Brasil.

Nesse contexto, nossa ambição é de nos transformarmos em um Corporate Venture Studio, um modelo de negócios no qual uma empresa não apenas investe em startups, como ocorre em um Corporate Venture Capital (CVC), atuando diretamente na criação, desenvolvimento e operação de novos negócios de forma recorrente e estruturada. Um Corporate Venture Studio combina os ativos e capacidades de uma corporação (como acesso a mercado, base de clientes, infraestrutura, dados e capital) com a agilidade, inovação e mentalidade de risco típicas das startups e dos fundos de venture capital. Ele funciona como uma fábrica de startups, onde ideias são validadas, soluções e produtos são construídos do zero, testados, escalados e podem, eventualmente, ser incorporados, seguir como spin-offs ou receber investimentos externos. A Ciclic se posiciona como esse "adaptador estratégico" que conecta o melhor dos mundos:

- A robustez dos investimentos corporativos (CVC);
- A agilidade e inovação das startups;
- A escalabilidade das grandes corporações;
- A tese de crescimento e risco dos fundos de Venture Capital.

Estamos evoluindo para atuar na criação, aceleração e conexão de negócios que transformam o mercado, com foco e dedicação à BB Seguros, estrutura da qual fazemos parte. Desenvolvemos

soluções proprietárias, cocriamos com startups, e somos a ponte entre o ecossistema de inovação e os grandes players do setor.

Isso significa:

- **Mapear novos negócios inovadores**, em linha com as tendências globais e necessidades locais.
- **Acelerar e apoiar startups (insurtechs, healthtechs, fintechs, etc)**, oferecendo acesso à capital, mercado, infraestrutura e know-how.
- **Conectar fundos de venture capital e CVC**, destravando oportunidades para que startups escalem com sustentabilidade e governança.
- **Ser o conector entre os mundos B2B, B2B2C e B2C**, orquestrando jornadas, produtos e serviços que atendam desde o cliente final até parceiros estratégicos.

O mercado não se transforma apenas com tecnologia; ele se reinventa com modelos de negócios

O movimento de open innovation, impulsionado por venture studios, hubs de inovação, sandboxes regulatórios e parcerias estratégicas, não é mais uma escolha: é uma condição para permanecer relevante.

Empresas que entendam que a transformação não é apenas digital, mas também estrutural e cultural, estão construindo vantagem competitiva sustentável. E é exatamente aqui que a Ciclic tem investido: na intersecção entre tecnologia, modelos de negócio inovadores e experiências centradas no cliente.

Desafios e oportunidades: o que vem pela frente

Se por um lado as oportunidades são enormes, os desafios são proporcionais. Faz-se necessária a transformação cultural dentro das empresas tradicionais do setor, com o abandono de estruturas hierárquicas rígidas, a adoção de metodologias ágeis, e novo posicionamento digital-first. Casos como a dificuldade de integração de APIs em seguradoras legadas ou resistência interna aos modelos de negócios B2B2C ilustram como a mudança cultural é, muitas vezes, mais desafiadora do que a tecnológica. Importante, também, entendermos o desafio regulatório, que ainda não acompanha plenamente a velocidade da inovação. Por exemplo, modelos de seguros baseados em uso (pay-per-use) ou seguros paramétricos ainda enfrentam barreiras regulatórias no Brasil, exigindo adaptações constantes do mercado. A regulação precisa acompanhar a velocidade da inovação, a transformação cultural nas empresas tradicionais ainda é lenta; criar produtos e experiências verdadeiramente relevantes para os clientes, com base na escuta ativa do consumidor segue sendo o principal diferencial competitivo.

É fundamental equilibrar tecnologia com empatia. O digital não elimina o fator humano, e, sim, potencializa. O atendimento que acolhe, que resolve e gera segurança continua sendo insubstituível.

Conexão que transforma

A transformação do mercado de seguros e assistências é a reinvenção de toda a cadeia de valor. Seremos cada vez menos uma indústria de seguros e cada vez mais uma indústria de soluções para proteção, cuidado, bem-estar e qualidade de vida.

Na Ciclic, estamos comprometidos em liderar essa transformação, atuarmos como uma “techinsur” e como um Corporate Venture Studio, conectando startups, investidores, grandes empresas e tecnologias para construir o futuro do mercado de proteção no Brasil. Nosso papel é ser o adaptador deste ecossistema, criando valor para todos os agentes da cadeia, e, principalmente, para o cliente final.

Convidamos startups, investidores e empresas que compartilhem dessa visão a se conectarem conosco. Juntos, podemos acelerar a transformação do setor, cocriar soluções que impactem positivamente a vida das pessoas e gerem valor sustentável para todo o ecossistema de seguros, assistências e bem-estar no Brasil. Esta é a reinvenção de toda a cadeia de valor na oferta de produtos e serviços de proteção aos nossos clientes.

(*) **Darllan Botega** é CEO da [Ciclic](#), empresa da BB Seguros.

Fonte: MGA Press, em 24.06.2025