

Com novo formato, seguradora inverte a lógica do mercado e quer escalar solução via parceiros que já estão no dia a dia dos brasileiros



A MAPFRE, companhia global de seguros e serviços financeiros, acaba de lançar no Brasil um novo modelo de produto voltado à inclusão de consumidores no mercado de seguros, por meio de uma proposta flexível e integrada ao ambiente digital dos parceiros. Batizada de '**Seguro Reverso**', a solução permite que o cliente escolha o quanto deseja pagar e, a partir disso, recebe automaticamente uma proposta com coberturas ajustadas ao valor informado, conforme a necessidade do cliente.

Com isso, a empresa aposta num modelo de seguro sob demanda, integrado a plataformas de bancos, fintechs, varejos e outros parceiros, dentro da lógica de embedded insurance, formato em que o seguro é oferecido diretamente no fluxo digital do parceiro, como parte da jornada de contratação de crédito, consultoria financeira ou patrimonial, abertura de conta e compra parcelada, por exemplo.

“O Seguro Reverso é uma proposta que respeita o orçamento do cliente e simplifica a jornada de contratação. Ele pode escolher pagar o valor que desejar, como por exemplo R\$ 20, R\$ 50, R\$ 100 mensalmente, e com isso montamos automaticamente o pacote de proteção possível dentro desse valor”, afirma o superintendente comercial de bancassurance e parcerias financeiras da MAPFRE, Lucas Feliciano. “É uma solução pensada para públicos que muitas vezes nunca tiveram acesso a um seguro ou consideravam o produto caro e complexo”, complementa o executivo.

A cobertura pode incluir diferentes modalidades, como seguro de vida, invalidez, perda de renda, acidentes pessoais, assistência funeral, proteção financeira e residencial, entre outras. O pagamento pode ser feito mensal ou anualmente, e toda a contratação ocorre de forma digital, diretamente no aplicativo ou site do parceiro.

“A lógica foi construir algo que pudesse ser absorvido com naturalidade na jornada e sem ser invasivo. O cliente entende o que está contratando, tem clareza sobre coberturas e limites e pode cancelar a qualquer momento. Em vez de tentar empurrar um produto fechado, damos ao cliente o controle da equação desde o início. A contratação fica mais leve, rápida e objetiva”, explica o executivo.

MAPFRE fortalece parcerias

Segundo Feliciano, o produto foi desenvolvido ao longo de meses em conjunto com parceiros do varejo financeiro, que conhecem profundamente o comportamento dos seus usuários. A iniciativa faz parte da estratégia da MAPFRE de expansão no modelo B2B2C, com foco na distribuição digital e em parcerias estratégicas.

Para isso, a seguradora estruturou uma operação dedicada ao desenvolvimento de soluções customizadas para terceiros, com tecnologia modular, APIs abertas e esteiras de integração prontas para diferentes jornadas, desde apps e carteiras digitais até plataformas de crédito e marketplaces.

“Hoje conseguimos entregar uma solução completa, que prevê integração técnica, precificação automatizada, emissão digital e gestão regulatória. Isso nos permite operar com agilidade nos ecossistemas dos parceiros e chegar a novos públicos”, afirma Feliciano.

Além da proposta sob medida, o 'Seguro Reverso' também reflete um movimento estratégico na atuação da MAPFRE no país. A seguradora tem ampliado parcerias com plataformas digitais e bancos para operar como fornecedora de produtos modulares, prontos para serem incorporados

por diferentes tipos de canais. Com esse modelo, a MAPFRE quer ocupar uma posição diferente no ecossistema, focada não só na venda da apólice, mas também como uma infraestrutura de proteção que pode ser incorporada ao dia a dia de outros negócios.

Nos últimos meses, a companhia reestruturou as áreas de parcerias estratégicas e reforçou a equipe com profissionais do mercado para acelerar essa frente. “A MAPFRE é uma seguradora multiproduto e multicanal, e isso nos dá flexibilidade para entregar proteção de um jeito que realmente funcione para cada público. Estamos abrindo um novo canal de crescimento para o setor. É por isso que apostamos tanto em parcerias estratégicas e reforçamos nosso time para acelerar essa frente com mais consistência”, explica Luciano Bezas, diretor-geral de canais estratégicos da MAPFRE.

***Lucas Feliciano**, superintendente comercial de bancassurance e parcerias financeiras da MAPFRE

Fonte: MAPFRE /InPress Porter Novelli, em 03.10.2025.