

Expansão dos canais digitais e integração de seguros em plataformas de consumo aceleram transformação da distribuição no setor segurador

O embedded insurance foi um dos principais temas debatidos no Insurtech Brasil 2026, hoje no dia 28 de maio no Expo Center Norte, em São Paulo. O avanço da integração de seguros em e-commerce, meios de pagamento e bancos digitais ganhou destaque diante do crescimento acelerado dos canais digitais no país e da expansão de modelos de distribuição mais integrados à jornada do consumidor.

O Brasil contratou 78,6 milhões de novos produtos de seguro no último ano, alta de 14% sobre o período anterior, segundo a pesquisa [FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2025](#). Parte relevante desse crescimento vem de canais digitais: o mobile banking já é o segundo maior canal de contratação de seguros no país, com expansão de 64% em um ano. Em paralelo, 58% dos bancos brasileiros operam marketplaces digitais, ambientes que integram produtos financeiros e de proteção na mesma jornada do consumidor.

O cenário reflete uma mudança estrutural. O seguro passa a ser oferecido onde o consumidor já está, no checkout do e-commerce, no app do banco digital, na plataforma de pagamento. A lógica muda de direção, não é mais o consumidor que busca o seguro, é o seguro que aparece no momento certo, dentro de uma jornada que ele já conhece.

"O que está acontecendo não é só uma evolução de canal. É uma mudança na relação do consumidor com o seguro. Quando a proteção aparece de forma integrada, no contexto certo, a percepção de valor muda, e a contratação deixa de ser uma decisão isolada para se tornar parte natural da experiência", afirma Marcelo Biasoli, CEO da 123Seguro no Brasil.

A 123Seguro participou do painel "Seguro Embarcado em E-commerce, Meios de Pagamento e Bancos Digitais: Integração Viabilizando o Crescimento", levando à discussão sua experiência como integradora tecnológica entre seguradoras, plataformas e canais digitais. A marca opera, hoje, em parcerias como Shopee e Meu Pet Club, casos concretos de embedded insurance em ecossistemas digitais de alto volume e perfis distintos de consumidores.

A infraestrutura que viabiliza esse modelo é baseada em APIs, que permitem integrar cobertura de seguros diretamente nos fluxos de compra, pagamento e relacionamento das plataformas parceiras. Globalmente, canais API-first já respondem por mais de 76% da receita do embedded insurance, segundo a [Mordor Intelligence](#), dado que evidencia o quanto a capacidade de integração técnica se tornou uma vantagem competitiva real.

"A barreira hoje não é comportamental. O consumidor brasileiro já está no digital, 82% das transações bancárias acontecem por canais digitais. O desafio é construir a oferta certa, no lugar certo, com a experiência certa. É aí que a integração tecnológica faz diferença", conclui Biasoli.

Para o mercado segurador, o movimento reforça uma tendência que a [CNseg](#) já projeta nos números: crescimento de 8% para o setor em 2026, com o ramo automóvel e os produtos digitais liderando o avanço. O embedded insurance não é mais um nicho, é um dos principais vetores de expansão da proteção no Brasil.

Fonte: 123Seguro/NR7, em 28.05.2026.