

Companhia amplia oferta, condições comerciais e programas de relacionamento para aumentar a participação de Vida nas carteiras dos parceiros

Nelson Alves, COO da Mapfre Brasil

A seguradora Mapfre reuniu cerca de mil corretores em um encontro online para apresentar a nova estratégia da companhia para avançar em seguro de Vida no Brasil. A agenda incluiu evolução de produtos, novas condições comerciais e iniciativas de relacionamento voltadas a ampliar a presença do segmento nas carteiras dos parceiros.

O movimento ocorre em um mercado ainda pouco explorado. Em 2025, o seguro de Vida representava apenas 0,6% do PIB brasileiro, ante 1,1% na América Latina e 3% na média dos países da OCDE. A Mapfre pretende capturar parte desse potencial a partir de uma estrutura comercial já estabelecida, com mais de 10 milhões de clientes e 20 mil corretores no país.

A companhia quer ampliar a oferta de Vida dentro de relacionamentos que já mantém em outras linhas, como automóvel, patrimônio e seguros empresariais, além de avançar entre pessoas físicas, famílias e pequenas e médias empresas.

“Com uma parcela relevante de clientes que precisa avançar na proteção financeira, o segmento de Vida tem imensa oportunidade comercial. Para o corretor, isso significa ampliar a conversa com uma carteira que ele já conhece e identificar necessidades que muitas vezes ainda não foram trabalhadas. Queremos oferecer produto, processo e condições comerciais que ajudem esse parceiro a transformar essas oportunidades em negócios”, afirma Nelson Alves, COO da Mapfre.

Nova estratégia para Vida

A oferta está organizada em três frentes: Vida Individual, Vida em Grupo e soluções para pequenas e médias empresas. No Vida Individual, a companhia apresentou a evolução do Vida Você Multiflex, com contratação 100% digital e capital segurado de até R\$ 10 milhões.

O produto também prevê cobertura para doenças graves sem idade de saída, sorteio mensal de R\$ 50 mil e a assistência “Mapfre Cuidando de Você” incluída na cobertura básica. O serviço pode ser utilizado sem carência e sem limite de uso e conta com uma rede de mais de 6 mil unidades conveniadas no país.

Para estimular a produção, a Mapfre anunciou comissões atrativas na comercialização do Vida Individual, com opções de agenciamento para novas contas e, a partir de 3 de outubro de 2026, com descontos permanentes no prêmio para corretoras de alto relacionamento.

Segundo Karine Brandão, diretora executiva comercial da Mapfre, o objetivo é fazer com que Vida ganhe espaço nas negociações que os corretores já realizam. “O corretor já tem acesso à nossa base e conhece o perfil dos clientes. Estamos criando condições para que Vida entre de forma mais natural nessas negociações, com produtos, processos e ferramentas comerciais que facilitem a venda e permitam ao parceiro ampliar sua produção”, afirma.

A companhia também anunciou o “Vida em toda conversa”, iniciativa que dará continuidade à agenda apresentada no encontro, com ações de capacitação e conteúdos comerciais para os corretores. Os materiais serão distribuídos nas próximas semanas, com foco no desenvolvimento de abordagens e na identificação de oportunidades nas carteiras.

Karine acrescenta que o movimento representa uma mudança de peso de Vida dentro do portfólio da seguradora. “Vida já é um negócio relevante para a Mapfre, mas queremos que ele tenha uma participação maior na composição da companhia. Estamos tratando essa frente com uma visão de longo prazo, combinando produto, distribuição e capacidade comercial. A estratégia é crescer em Vida sem perder a característica de uma seguradora multiproduto, usando a nossa escala para aumentar a relevância desse segmento no Brasil”, diz.

Fonte: InPress Porter Novelli, em 30.09.2026