Caderno Especial do Jornal do Comércio
Porto Alegre, sexta-feira,
10 de outubro de 2025

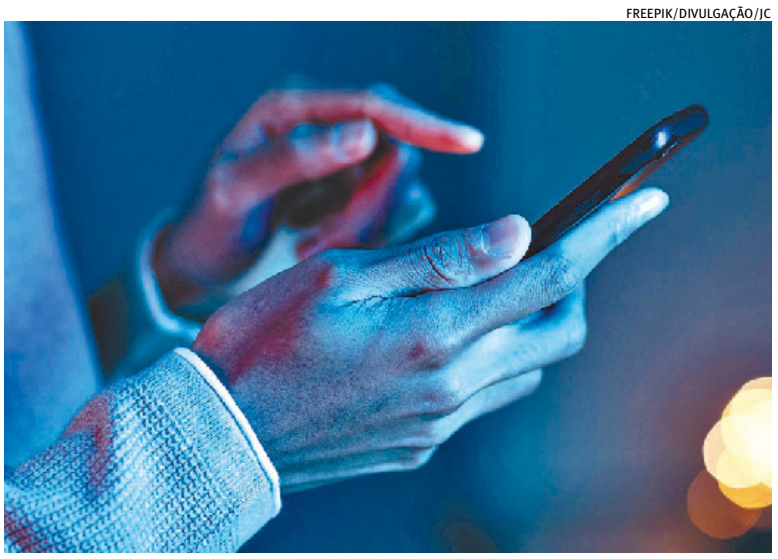
INOVAÇÃO

Seguros digitais ganham espaço com IA, insurtechs e ciberproteção

Entrada de novas seguradoras digitais pode acelerar a inclusão de milhões de brasileiros no mercado de seguros e previdência

Gabriel Margonar, especial para o JC

FREEPIK/DIVULGAÇÃO/JC



Transformação digital vem acelerando a adesão a seguros e previdência

A revolução digital que transformou bancos, meios de pagamento e investimentos nos últimos anos chegou com força ao mercado de seguros e previdência privada. Aplicativos, Inteligência Artificial (IA), automação de processos e canais digitais estão mudando a forma como consumidores contratam apólices, registram sinistros e recebem indenizações. O movimento acompanha uma nova lógica de consumo, na qual velocidade, personalização e simplicidade pesam tanto quanto o preço.

Ao mesmo tempo, os riscos digitais também se multiplicam. Vazamentos de dados, ataques de ransomware e uso de deepfakes expõem empresas e pessoas físicas a prejuízos cada vez maiores, impulsionando a procura por seguros cibernéticos. Ainda pouco conhecidos pelo público, esses produtos ganham espaço acelerado no portfólio das seguradoras.

Segundo a Superintendência de Seguros Privados (Susep), o setor administra quase R$ 2 trilhões em provisões técnicas, equivalentes a 15,6% do PIB. Apenas em 2024, a arrecadação foi de R$ 435,5 bilhões, crescimento de 12,2% frente ao ano anterior. O volume de indenizações, resgates e sorteios superou R$ 240 bilhões no mesmo período. Apesar do avanço, o potencial de expansão é expressivo: estima-se que apenas 20% da população brasileira tenha algum tipo de cobertura. Para a Susep, a digitalização e a entrada de novas seguradoras digitais podem acelerar a inclusão de milhões de pessoas nesse mercado.

Startups e experiência digital

Entre as startups que romperam barreiras regulatórias está a Pier, fundada em 2018 e primeira insurtech brasileira a se tornar seguradora. "O Igor Mascarenhas, um dos fundadores, ajudou a construir o sandbox regulatório da Susep. A Pier foi a primeira a entrar no sandbox e a primeira a sair como seguradora, em 2022", relembra a co-CEO Camila Kataguiri.

O nascimento da empresa foi impulsionado pela constatação de que, embora o mercado de seguros no Brasil fosse gigantesco, havia pouquíssimas startups atuando como seguradoras de fato - a maioria limitava-se a fornecer softwares de apoio. O primeiro produto lançado foi o seguro para smartphone, considerado arriscado pela alta incidência de sinistros e pela ausência de cobertura de furto simples.

RAFAEL MERINO/PIER SEGURADORA/DIVULGAÇÃO/JC



Camila destaca o papel da tecnologia na relação com clientes e corretores

"Nós fomos na direção contrária e decidimos bancar esse risco. Diziam que quebraríamos, mas investimos pesado em prevenção a fraudes e precificação com base em dados. A sinistralidade ficou em torno de 30% e o mercado acabou seguindo o mesmo caminho", afirma. Hoje, cerca de dois terços da base de clientes da Pier ainda é formada por usuários de seguro de celular.

O passo seguinte foi a entrada no mercado de automóveis, inicialmente restrita a veículos de até R$ 100 mil durante o sandbox regulatório. Com a licença definitiva, a empresa passou a operar seguros compreensivos para veículos de até R$ 300 mil.

A Pier hoje ultrapassa 150 mil clientes e projeta encerrar 2025 com aproximadamente R$ 250 milhões em prêmios, crescimento de 70% em relação ao ano anterior. Apesar da juventude, já mantém equilíbrio financeiro: "Seguimos em break-even e gerando caixa, mas rodadas de captação continuam sendo parte natural do ciclo de expansão. O juro alto é um desafio, encarece o capital, mas o foco é crescer com solidez", detalha.

Inteligência Artificial como espinha dorsal

A insurtech aposta em tecnologia proprietária e agentes de IA em quase toda a operação. Entre os exemplos estão o Pier Scan, sistema de vistoria que aprova veículos em cerca de um minuto em 20% dos casos, e o Pier Bolt, que libera pagamentos de sinistros por Pix em segundos. A digitalização, longe de afastar corretores, abriu oportunidades. "Entramos no canal corretor em 2024 com o seguro auto e, a pedido deles, levamos também o smartphone. Hoje temos mais de dois mil corretores ativos", diz Camila.

O movimento, observa a Susep, exemplifica como insurtechs podem provocar um "efeito propulsor" de inovação em todo o setor, inclusive nos grandes grupos tradicionais. "Com pouco capital, essas empresas conseguem induzir melhorias em todo o mercado, ampliando acesso e barateando custos", aponta a autarquia em nota.

Se a tecnologia amplia o acesso, também abre novas vulnerabilidades. O professor Jeferson Campos Nobre, do Instituto de Informática da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Ufrgs), destaca a escalada da sofisticação dos ataques digitais. "O phishing, antes rudimentar e fácil de identificar, hoje é automatizado com apoio de inteligência artificial. É possível produzir ataques personalizados em larga escala, algo antes artesanal", afirma.

Ele alerta, porém, que a maior fragilidade ainda está no fator humano. "Não adianta apenas investir em equipamentos. As empresas precisam investir em conscientização, treinar funcionários, manter práticas digitais seguras e atualizar constantemente seus sistemas. Segurança deve ser centrada nas pessoas."

Entre os erros mais comuns estão a negligência com atualizações, o uso de senhas fracas e a falsa sensação de proteção ao confiar apenas em softwares. A adoção de medidas simples como antivírus, firewall e backup contínuo já reduziria grande parte dos incidentes.

A demanda por seguros cibernéticos acompanha esse cenário. Antes restritos a grandes corporações, hoje atraem pequenas e médias empresas pressionadas pela LGPD e pela crescente dependência digital. "O mercado está se adaptando com soluções modulares e produtos adequados para empresas menores, o que tem ampliado a base de clientes", analisa Nobre.

Papel do regulador

A Susep defende equilíbrio entre inovação e proteção do consumidor. A nova Lei do Contrato de Seguro (Lei 15.040/2024) e a Lei Complementar 213/2025, que regula cooperativas e associações, são vistas como marcos para ampliar a confiança e a concorrência.

"O Brasil é uma das maiores economias do mundo, mas ocupa apenas a 19ª posição em mercado de seguros. Temos um potencial imenso. O desafio é crescer com pleno respeito ao consumidor e preservando a livre concorrência", destaca a autarquia.

No caso dos seguros cibernéticos, a Susep aponta que a tendência é irreversível, mas exige maior rigor. "As seguradoras precisarão exigir padrões mínimos de higiene cibernética dos clientes e, ao mesmo tempo, manter níveis elevados de proteção para não se tornarem alvo de estratégias de desestabilização do próprio mercado", alerta.

Ferramentas como o Open Insurance e o Sistema de Registro de Operações (SRO) devem ampliar transparência e competitividade, ao mesmo tempo em que ajudam reguladores a monitorar riscos.

O que muda, na prática, para o consumidor e para as PMEs

Na ponta, a promessa é de jornadas mais curtas e transparentes. Com o Open Insurance, o cliente - mediante consentimento - pode portar dados de histórico e preferências para comparar ofertas, reduzir atritos e ajustar coberturas. A Susep aponta que instrumentos como o Sistema de Registro de Operações e o sistema aberto ajudam o supervisor a enxergar riscos e coibir abusos, criando um círculo de confiança.

Para as pequenas e médias empresas, antes alijadas do cyber, o avanço vem da modularização: coberturas que combinam resposta a incidentes (primeira hora técnica, forense e jurídico), gestão de crise e comunicação, indenização por interrupção de negócio, além de despesas com notificação a titulares de dados sob a LGPD.