

Por Diogo Machado (*)



Simplificação, redução de preços e customização: três impactos diretos do open banking no mercado de seguros

A distribuição de seguros em alta escala mudou nos últimos anos, mas nada comparado à revolução prestes a acontecer a partir da 4ª fase do Open Banking, prevista para iniciar em 15/12/2021 de acordo com o cronograma atual do Banco Central do Brasil (BC). Nesta fase, o consumidor poderá compartilhar os dados de seguros adquiridos entre as instituições participantes do Open Banking, que poderão também ser seguradoras e insurtechs.

Até o momento, as mudanças ficavam restritas à evoluções nos canais de distribuição dos parceiros, tímidas melhorias em produtos e adequações de eficiência na emissão, administração e regulação de sinistros das apólices.

O mercado segurador evoluiu pouco na padronização das formas de compartilhamento de informações e colaboração entre si para obter dados externos ao construir modelos atuariais no desenvolvimento de produtos. O resultado é que a percepção do consumidor brasileiro continua sendo, de forma geral, que seguro ainda é caro, complicado e difícil de usar na hora do sinistro.

Mas este cenário deve mudar drasticamente a partir do Open Banking. Segundo o chefe de regulação do BC, João André Calvino Pereira, ainda é difícil prever todos os benefícios que o Open Banking trará à sociedade brasileira e próprio mercado deve se incumbir de tangibilizar as inovações.

Mesmo assim, quando olhamos os cenários no Reino Unido e Austrália, países que saíram na frente no ecossistema de compartilhamento de informações entre os players do mercado financeiro, é possível arriscar algumas possíveis implicações para o mercado de seguros:

- **Simplificação:** Como será muito fácil comparar produtos, a corrida para simplificar o consumo e uso de seguros será ainda mais acirrada. O Open Banking abrirá caminho para novas soluções de iniciadores de pagamentos, simplificando ainda mais o check-out digital no momento da compra do seguro. Consumidores irão comprar onde a adesão é mais intuitiva, direta e o acionamento de sinistros cada vez menos complicado. Quer um exemplo de sinistro simples? Se você possui um seguro viagem e seu voo é cancelado, porque você precisaria preencher um formulário e abrir o sinistro, já que a seguradora pode ter informação em tempo real dos voos e então proativamente contatar os segurados oferecendo assistência? Não seria uma experiência mais positiva na relação com o seguro?

- **Redução de preços:** Uma vez que parte importante da composição do preço do seguro vem da capacidade de conhecer bem o perfil da base segurada, o compartilhamento histórico entre as instituições participantes permitirá uma precificação mais assertiva por parte das seguradoras. Desta forma, o consumidor que tem bom histórico no uso recorrente de seguros, pode ser recompensado de forma imediata. Mais um exemplo? Eu possuo seguro automóvel há 24 anos e nunca abri um sinistro. Neste tempo, mudei de seguradora mais de 10 vezes. Se eu puder levar o histórico, não somente da classe de bônus, mas também de onde morei, perfis de condutores segurados, veículos e prêmios pagos, será que não conseguiria melhores condições?

- **Produtos customizados para o indivíduo:** O Open Banking deve acelerar e sofisticar ainda mais a plataformatização já em curso: Ou seja, bancos, varejistas, companhias aéreas, empresas de economia compartilhada, cruzando as fronteiras entre si e tornando-se plataformas de distribuição de produtos e serviços, sejam eles financeiros ou não. E se tudo poderá ser comprado dentro da plataforma, a riqueza de dados compartilhados sobre estilo de vida, hábitos e frequência de consumo será enorme. Isso trará benefícios ainda não pensados para produtos de seguros e um nível de customização que, em tese, poderia chegar no nível do indivíduo. Último exemplo: Ao compartilhar meu portfólio de investimentos entre as instituições, a oferta de um seguro dotal misto (mistura de previdência privada e seguro de vida), já poderá chegar na medida de coberturas de riscos e contribuições mensais exatas para o meu perfil e momento de vida atual, sem necessidade de preencher questionários ou fazer simulações para chegar ao produto que eu preciso.

(*) **Diogo Machado** é Líder de BPO e Worksite da Marsh Brasil.

02.08.2021