

Por Antonio Penteado Mendonça



As seguradoras não são inimigas das insurtechs, nem as insurtechs são inimigas das seguradoras. Ao contrário, o mundo real mostra um desenho diferente, no qual suas atuações são complementares.

A imensa maioria das insurtechs está focada em serviços de back office, ou seja, atuam na retaguarda do negócio, oferecendo às seguradoras os mais variados serviços, na maioria das vezes com evidentes vantagens operacionais e financeiras.

O número de insurtechs envolvidas com a comercialização de seguros é pequeno e boa parte delas ainda não conseguiu o ponto de equilíbrio necessário para poder dizer que é um sucesso operacional. Inclusive o fechamento de seguros através da internet ou de sistemas digitalizados é insignificante. A Internet serve como canal de divulgação dos produtos, mas ainda está longe de ser o canal adotado pelos segurados para fechar seus seguros.

Há experiências bem-sucedidas, mas estão longe de serem a regra e, até a mudança ocorrer – o que em algum momento deve acontecer –, o cenário de médio prazo aponta a venda tradicional das apólices através dos corretores de seguros como a forma mais eficiente de colocação dos seguros junto à sociedade.

É curioso, o segurado ainda precisa do “olho no olho”, ou pelo menos da voz de um ser humano, para fechar o negócio. Os canais informatizados são ótimos para oferecer os produtos, mostrar suas vantagens, mas, junto ao grosso da sociedade, ainda não têm o poder de convencimento necessário para fechar a transação.

Na área de suporte, as insurtechs têm se saído muito bem, entregando produtos e serviços extremamente interessantes. Desde as vistorias prévias e regulação dos sinistros até a realização de tarefas administrativas e pagamentos de indenizações, elas oferecem soluções eficazes, que reduzem custos, dão mais eficiência e confiabilidade e melhoram o desempenho das seguradoras.

É uma parceria positiva, tanto que é comum as seguradoras se empenharem em dar suporte e remunerar bem as insurtechs que trabalham com elas para assim se aprimorarem e oferecerem cada vez mais serviços de qualidade. A ação se justifica pelo ganho de produtividade e pela economia, além, evidentemente, do fato da seguradora poder dedicar toda sua força ao seu negócio básico, qual seja, fazer seguros.

Como, na prática, a parceria é boa para todos os envolvidos, não é saudável permitir ou incentivar o surgimento de hipotéticas divergências, capazes de azedar o caldo de uma relação que tem produzido resultados positivos. Também não é recomendável pretender oferecer vantagens para as insurtechs, apenas porque elas são insurtechs. Quem quer entrar no mercado tem que ter

competência para isso. Tem que saber o que quer e o que faz. Não é justo obrigar quem investiu tempo e dinheiro, numa longa jornada para se consolidar, a dividir seu conhecimento e sua tecnologia com quem chegou ontem. Em última análise, é preciso bom senso para não prejudicar um mercado que gira bem.

Fonte: O Estado de São Paulo, em 29.11.2021.