

Por Gustavo Magaldi

Surgem, no mundo todo, startups que facilitam — e, em alguns casos, barateiam — a contratação de seguros.

O setor de seguros sempre foi visto como o mais enfadonho do mercado financeiro. Fazer um seguro — algo corriqueiro nos países desenvolvidos — ainda não faz parte da cultura de milhões de brasileiros: os detalhes das apólices parecem difíceis e muitos preferem não “arriscar” pagar por algo que, idealmente, não será usado.

Esse setor também tem menos atrativos para os funcionários, já que os salários — e os bônus — costumam ser menores do que os pagos pelos bancos.

Mas eis que a tecnologia está ajudando a dar uma chacoalhada nesse mercado. Empreendedores brasileiros vêm seguindo a tendência que surgiu nos Estados Unidos e na Europa de montar startups que facilitam — e, dependendo do caso, barateiam — a contratação de seguros.

Uma das mais recentes é a Segurize, lançada em novembro de 2016. A empresa criou um aplicativo de vendas voltado para profissionais de qualquer setor que estejam atrás de uma renda extra: eles podem se cadastrar no aplicativo e indicar potenciais clientes para a Segurize.

Quando os indicados compram os seguros da empresa, os cadastrados recebem “pontos”, que podem ser convertidos em dinheiro ou produtos, como celulares e televisores. “Somos como o Uber dos seguros”, diz Keyton Pedreira, fundador da Segurize, referindo-se ao aplicativo de transportes.

A ideia de criar a Segurize surgiu quando Pedreira e seu principal sócio, Renato Cordeiro, participaram de um curso para empreendedores, promovido por EXAME, no qual mentores — em geral, presidentes de empresas — ajudam empresários a traçar estratégias ou resolver problemas de seu negócio.

Quando iniciaram o curso em agosto deste ano, eles já eram donos da Mondial Prev, uma empresa de softwares para corretoras de seguros.

Os sócios queriam desenvolver novos produtos para atrair clientes. Foram orientados por Walter Schalka, presidente da fabricante de papel e celulose Suzano.

No processo, o trio chegou à conclusão de que seria melhor montar um negócio novo com maior potencial de crescimento. Os cadastrados só indicam os clientes: as vendas são fechadas por corretores da Segurize (no mercado brasileiro de seguros, toda a intermediação da venda das apólices deve ser feita por um corretor).

A Segurize é uma das poucas startups voltadas para quem quer trabalhar no mercado de seguros. A maioria das insurtechs — como estão sendo chamadas as empresas de tecnologia que atuam nesse setor — oferece serviços para os clientes.

As pioneiras foram as empresas de cotação de preços, como a Bidu e a Minuto, fundadas há cerca de cinco anos. Seus sites e aplicativos permitem pesquisar preços, mas nem sempre é possível contratar um seguro online: em alguns casos, o cliente precisa esperar o telefonema de um corretor para fechar negócio.

Segundo executivos do setor, o modelo foi pensado de forma a não contrariar os corretores. Marcelo Blay, presidente da Minuto, diz que o brasileiro gosta de conversar com alguém para entender os detalhes das apólices e ter um apoio quando ocorre um sinistro.

As startups criadas mais recentemente permitem a contratação online. É o caso da Youse, que recebeu um investimento de 500 milhões de reais da Caixa Seguradora, subsidiária da Caixa Econômica Federal.

O interesse de empreendedores e potenciais investidores no mercado de seguros é explicado pelo crescimento desse setor em meio à recessão. As receitas aumentaram, em média, 10% ao ano desde 2014, e executivos do setor esperam uma expansão de 8% a 10% neste ano.

“Historicamente, corretoras e seguradoras não investem em tecnologia, e o resultado disso são sistemas muito defasados. Essa é uma boa oportunidade para o setor se modernizar”, diz Luis Ruivo, sócio da consultoria PwC no Brasil.

No exterior, as insurtechs começaram a surgir há mais de uma década. No ano passado, fundos de capital de risco aplicaram quase 3 bilhões de reais nessas empresas lá fora e estima-se que 10% das vendas de seguros sejam feitas por meio de insurtechs.

No Brasil, onde o movimento é mais recente, essas startups são responsáveis por menos de 1% das vendas, e a maioria dos negócios está sendo financiada pelo capital dos donos.

Um exemplo é a Thinkseg, fundada por André Gregori, ex-presidente da seguradora do banco BTG Pactual, com outros três sócios, que investiram 30 milhões de reais na empresa. Seu produto é um aplicativo que acompanha o comportamento dos motoristas — monitora dados como a quilometragem percorrida, a velocidade e o local de estacionamento.

O plano é vender o aplicativo (que está em fase de testes na cidade de São Paulo) para as seguradoras, que poderão usar as informações para dar descontos a quem dirige melhor — e cobrar mais de quem faz muita barbearagem. Para o cliente, vale a pena ser monótono.

Fonte: [Exame](#), em 19.11.2016.