

***Elevados capitais intelectuais e financeiros empregados colocam região entre as mais promissoras em tecnologias para seguros***

Sem estardalhaço, a China, quem diria, poderá se tornar um case de sucesso para quem busca inspiração no campo de insurtech promissoras. Considerando-se o que diz relatório produzido em quatro mãos pela Willis Towers Watson e CB Insights, (Quarterly InsurTech Briefing para o terceiro trimestre de 2017), as empresas presentes no mercado emergente- na China, em particular - podem estar preparadas para superar as concorrentes dos EUA e da Europa, desenvolvendo inovações capazes de criar novas soluções de rápida implementação.

A favor disso, os elevados capitais intelectuais e financeiros empregados lá, superiores aos disponíveis em países desenvolvidos, fortemente regulamentados e de mercados maduros no plano do seguro. “E ambos os modelos de tecnologia e negócios são exportáveis”, anunciou Rafal Walkiewicz, CEO da Willis Towers Watson Securities, otimista com o rumo das inovações no mercado asiático.

Segundo ele, a China é o terceiro maior mercado de seguros do mundo. E a “revolução do seguro chinês levou a novos produtos mainstream e novos modelos de distribuição. Os gigantes da tecnologia estão fazendo novas ondas com novas plataformas de distribuição digital, como a Taobao Insurance”, acrescenta ele.

A Taobao Insurance é a plataforma de distribuição de seguros da Taobao, a plataforma de comércio eletrônico da Alibaba. A acelerada expansão do comércio eletrônico na China cria também uma demanda por novos seguros não-vida, como a cobertura de retorno do produto.

O seguro surgiu como uma consequência da crescente atividade do comércio eletrônico, proporcionando alívio aos comerciantes pelos custos de devolução gratuita dos produtos e dando maior segurança aos consumidores, com impactos positivos nas vendas. Para tanto, a Taobao estabeleceu parceria com a seguradora chinesa Huatai P & C, a fim de criar o primeiro produto de seguro de frete grátis na China. De acordo com o relatório, a Huatai P & C conseguiu aproveitar os dados das transações históricas de comércio eletrônico da Taobao para desenvolver um modelo de precificação, que é ainda suportado pelas capacidades de gerenciamento de risco da seguradora, informa o estudo.

Em 2016, o mercado total de comércio eletrônico na China cresceu 31%, superando US\$ 700 bilhões, segundo o relatório. Este comportamento tem relação direta com a crescente penetração dos meios móveis naquele país e uma transição contínua das vendas de varejo para o comércio eletrônico.

Aproveitando-se da base de clientes, a Taobao Insurance agora oferece uma variedade de produtos de seguros aos consumidores: há 529 milhões de usuários ativos mensais, acessando o portfólio de mais de 40 seguradoras na China, incluindo Ping An, Taikang, AIG China e outros. De acordo com Willis Towers Watson, os produtos incluem motor, A & H, viagens, propriedades e seguros de vida.

O relatório destaca o papel que a Alibaba desempenhou na formação da Zhong An, a primeira seguradora on-line da China, estabelecida em 2013 por Ping An, Tencent e Alibaba em 2013. Zhong An é agora uma das únicas quatro empresas em toda a China a receber uma licença do CIRC para vender produtos de seguros on-line.

Zhong An, que também distribui seguro de retorno gratuito através da Taobao e Huatai P & C, oferece mais de 240 produtos de nicho. Todos são distribuídos digitalmente, principalmente pelas plataformas on-line dos muitos parceiros do ecossistema da empresa, diz o relatório.

Resultado: a Zhong An arrecadou mais de US\$ 2,4 bilhões de capital até o momento, incluindo seu recente IPO de US\$ 1,5 bilhão na Bolsa de Valores de Hong Kong (em uma avaliação acima de US\$

10 bilhões) em setembro de 2017, sem falar na sua rodada da série A, de US\$ 931 milhões, financiada por vários investidores de private equity em 2015.

Atenta a isso, a americana Chubb está reposicionando sua estratégia na China, começando com seu acordo de distribuição de provedores preferido a longo prazo, estabelecido em 2016 com a Suning Commerce, a terceira maior empresa de comércio eletrônico da China.

Em geral, o relatório demonstra que o investimento em seguros continua a aumentar na Ásia emergente. Embora o volume de financiamento total de capital tenha caído 68%, aos US\$ 312 milhões no terceiro trimestre de 2017, em comparação com um nível recorde de US\$ 985 milhões registrado pela CB Insights para o segundo trimestre, 48 transações de propriedade / acidentes e vida / saúde no terceiro trimestre foram realizadas no período, chamando a atenção pelos valores envolvidos.

A plataforma de comparação de seguros baseada em Hong Kong, na casa de US\$ 50 milhões realizada pelo AsiaGroup, foi a maior transação no terceiro trimestre. Três empresas com sede na China levantaram capital no terceiro trimestre, que era mais do que qualquer país fora dos EUA, incluindo uma plataforma de distribuição on-line que alavanca dados importantes para personalizar produtos de seguros de grupo para empregadores de pequeno a médio porte; um seguro médico via plataforma para doença crítica e um provedor de software que usa o blockchain para agilizar processos de subscrição e gerenciar riscos para seguradoras comerciais e pessoais são alguns dos cases que deverão ser olhados com atenção pelos mercados.

**Fonte:** CNseg, em 06.11.2017.