

Por Henrique Medeiros

Um mercado que atrai cada vez mais start-ups de tecnologia é o de seguros. Nomes como Minuto Seguros, thinkseg e YouSe começam a figurar em um cenário que antes era dominado apenas por grandes empresas como Porto Seguro, SulAmérica, Mapfre e Liberty Seguros. Agora, mais um nome entra nesta seara das insurtechs. É a Kakau, uma empresa que está há apenas 40 dias no mercado nacional com um produto para seguro residencial de baixo custo – a partir de R\$ 19 por mês – que funciona no modelo de assinaturas, além de ter o seu próprio chatbot para atendimento dos clientes.

“A Kakau é a primeira insurtech com bots para o mercado B2C”, enfatizou o cofundador e CEO da empresa, Henrique Volpi. “Fomos ao mercado cerca de 40 dias atrás. Trabalhamos com um modelo inovador, a contratação por assinatura. Você pode pausar, entrar e sair quando quiser. Conversamos com a Susep (Superintendência de Seguros Privados) e eles aceitaram esse modelo”.

A start-up foi criada após um projeto de Volpi durante um curso de fintechs realizado ano passado no MIT, Estados Unidos. A estrutura jurídica da empresa teve apoio do escritório de advocacia Pinheiro Neto, o mesmo que trabalhou no desenvolvimento do Plano Nacional de Internet das Coisas. Além de Volpi, outros dois sócios fazem parte da empresa, Marcelo Torres e Diogo Russo. Ao todo, eles injetaram no negócio R\$ 650 mil.

Inteligência artificial, machine learning e fraude

Para adquirir um plano, o usuário deve entrar no site da empresa, escolher entre casa e apartamento, selecionar um dos três planos para seguro residencial, preencher os dados e efetuar o primeiro pagamento. O grande diferencial da insurtech está no atendimento ao cliente. Essa parte pode ser feita pelo chatbot Anna (Facebook Messenger), seja para o pedido de sinistro, seja para pedir assistência sobre como usar um dos benefícios (encanador, chaveiro, eletricista, limpeza de residência, etc.) ou apenas para tirar dúvidas.

“A Anna é de ponta a ponta digital com machine learning. Aquelas informações coletadas na conversa com o cliente são empacotadas e enviadas à seguradora. Opcionalmente, a pessoa pode fazer contato por e-mail ou telefone”, explicou o empreendedor. Vale frisar que o bot foi desenvolvido com um algoritmo que aprende com os usuários e suas conversas ao longo do tempo.

Questionado se pretende usar o bot para aplicar o preço dinâmico nos produtos da Kakau, Volpi rechaçou a ideia: “T tecnicamente, sim. O algoritmo permite fazer o preço dinâmico. Mas temos um problema ético e filosófico, pois passa a ser discriminatório. Queremos identificar áreas de risco, mas queremos manter o preço baixo para todos. Acho que toda empresa tem que pensar bem antes de fazer isso ou não”.

Sobre o combate à fraude em seguros, o executivo explica que fecharam parceria com uma start-up holandesa, mas não pode revelar seu nome. Ele afirmou que esta empresa faz o mapeamento digital do usuário para confirmar fraude na contratação ou durante o uso do sinistro por parte do usuário.

Modelo de negócios

Assim como acontece com outras insurtechs, a Kakau trabalha como uma intermediadora entre corretora, seguradora e cliente. Ou seja, sua natureza é como empresa de tecnologia. Entre os parceiros, estão a seguradora American Life – que disponibiliza o produto residencial e seus pacotes de benefícios – e a corretora Clamapi. O valor do contrato é dividido entre as três empresas (Kakau, American Life e Clamapi) em proporções não reveladas.

Com planos de R\$ 19, R\$ 29 e R\$ 39 para casa ou apartamento, a nova insurtech trabalha em todo o Brasil e já possui mais de 1 mil assinantes. A maioria deles mora em apartamentos (80%) e está em São Paulo e no interior do estado, e na cidade do Rio de Janeiro.

“Pelo início do projeto, nós fomos econômicos e conservadores. Estamos buscando o menor preço para atrair o usuário. Nenhum dos três lados quer perder dinheiro, mas não queremos inviabilizar o menor preço para o cliente”, afirmou. “Temos requisições para vender produtos com corretoras. E estamos conversando com todas elas. Nós temos a mente e as portas abertas, mas estamos indo aos poucos. Acreditamos no omnichannel, por exemplo. Mas isto depende de braço. Por enquanto, somos apenas em cinco pessoas, os três sócios e mais dois funcionários”.

O CEO da start-up revela ainda que a cada três meses um novo produto será lançado, sendo os próximos para celulares e bicicletas. Neste formato, a Kakau funcionará no formato de “multi product single carrier”, com a oferta de vários produtos feitas por meio de parcerias com seguradoras. Porém, esses parceiros não competirão entre si, uma vez que cada seguradora terá apenas um produto na plataforma.

Até o final de 2018, a expectativa da empresa é de um crescimento de 5% ao mês na base de assinantes e uma receita anual de R\$ 1 milhão. Vale destacar que, a cada contrato realizado, R\$ 2 são doados à ONG Teto. Esse engajamento social deve continuar com a entrada de novos planos.

Fonte: [Mobile Time](#), em 17.11.2017.