

O advento do mundo digital e, mais recentemente, das startups em seguros, as chamadas insurtechs, ainda não foram capazes de deslanchar a venda de apólices nos canais digitais no Brasil. A conclusão é de um estudo do Centro de Pesquisa e Economia do Seguro (CPES).

De autoria de Miro Cequinel, professor da Escola Nacional de Seguros (Funenseg), que mostra que a Internet é hoje a principal porta de entrada do consumidor para cotação e comparação de preços, mas não para o fechamento de negócios.

Inseguros. O seguro é, inclusive, o produto com o maior índice de rejeição para compra online. De 22 itens enumerados em pesquisa do SPC (Serviço de Proteção ao Crédito), as apólices aparecem na última colocação, com apenas 6% de aceitação. Os eletroeletrônicos lideram o ranking, com 61% de aprovação.

Assim, os meios tradicionais, que incluem corretores de seguros, agentes, bancos e outros intermediários, continuam dominando as vendas no Brasil.

Fonte: [Coluna do Broadcast](#), em 10.04.2018.