

Com 24 milhões de clientes em 14 países, a seguradora atua em parceria com operadoras de telefonia móvel para a comercialização dos produtos

Recentemente, a Allianz X, unidade de investimento digital da seguradora multinacional, [**investiu US\\$ 97 milhões na startup suíça Bima**](#), que comercializa seguros inclusivos, em parceria com operadoras de telefonia móvel, para população de baixa renda, com foco na África, Ásia e América Latina.

E para falar sobre as operações da [**Bima**](#), que já conta com 24 milhões de clientes em 14 países, o desenvolvedor de negócios para a América Latina da Bima, Eliseo Haro, participou, em 25 de julho, da reunião da Comissão de Seguros Inclusivos da CNseg, por meio de teleconferência, diretamente de Madri.

Os clientes da Bima, disse Eliseo, são aqueles que vivem, em 93% dos casos, com 10 dólares ou menos por dia e estão fora do radar das seguradoras tradicionais, tanto pelo baixo valor que movimentam, como pelo baixo grau de educação financeira que possuem. São, entretanto, a parcela da população que mais necessita desse tipo de seguro.

Como boa parte desse público também não tem acesso a bancos, o modelo de comercialização desses seguros inclusivos via telefone celular mostra-se a melhor opção. Há, porém, a preocupação de se desenhar um modelo de pagamento que seja realmente acessível e, para isso, a margem de lucro das operadoras de telefonia móvel também não pode ser muito alta. Essa parceria pode, porém, trazer outros benefícios para essas operadoras, como uma maior fidelidade desses clientes quando o valor do seguro é reconhecido. Há, inclusive, operadoras que optam por pagarem elas mesmas os prêmios do seguro como forma de ação de marketing.

“Para essa comercialização funcionar bem, é necessário que cause um impacto real no cliente, mas também nos parceiros de telefonia”, afirmou Eliseo.

E, aparentemente, a startup têm conseguido gerar esse impacto, visto que, após 2 anos de operação, em média, a Bima torna-se a maior seguradora em 40% dos países onde atua, sendo que, em países como Camboja e Papua Nova Guiné, tornou-se a maior seguradora de seguros pessoas e vida após um ano de operação.

No Brasil, porém, apesar de ser reconhecido pelo executivo como o país com mais potencial para o negócio na América Latina, esse modelo ainda não avançou tanto. Entre as razões apontadas por Eliseo está o gigantismo das 4 operadoras de telefonia, que só se interessam pelo negócio

cobrando valores mais altos de comissão.

Outra razão foi apontada pelo presidente da Comissão de Seguros Inclusivos, Eugênio Velasques, que são as barreiras regulatórias ainda existentes no Brasil, dificultando a utilização maciça da tecnologia para a comercialização.

Entretanto, “vencidas as barreiras regulatórias e de comercialização, ao se oferecer um bom produto, a um preço justo e por um canal eficiente, a população de baixa renda se interessa e deseja estar protegida”, afirmou o executivo da Bima já ao fim da apresentação.

Fonte: [CNSeg](#), em 26.07.2018.