

Por Ana Rita Petraroli (*)



Um dos termos atuais no mercado de seguros diz respeito às insurtechs, que trazem um conceito novo que abrange inovações tecnológicas promovidas por startups no mercado securitário. A palavra vem da junção de insurance (seguro, em inglês) e technology (tecnologia) e o propósito das empresas é a digitalização do processo de contratação, vistoria e/ou sinistro.

Para o consumidor, as soluções digitais simplificam a cotação e a comparação de planos de seguros e tornam mais ágeis as contratações. Para as corretoras e seguradoras, a facilidade automatiza processos e traz melhorias para a análise de risco das empresas.

No país, são pelo menos 80 companhias atuando nesse segmento. Duas delas, inclusive, estão no ranking InsurTech 100, como as mais inovadoras do mundo. No cenário nacional, é possível encontrar desde startups que fornecem ao corretor plataformas personalizadas para administrar vendas ou que promovem produtos diferenciados como os seguros pay-per-use (pague pelo uso) até as que promovem o boca a boca digital e permitem divulgar planos para a rede de contatos, remunerando quem faz a indicação do seguro.

Ao passo que o consumidor tem democratizado o acesso aos produtos, as empresas são capazes de precificar seguros de maneira personalizada, a partir do clique do cliente, permitindo o acesso aos seus dados. É uma maneira de estreitar o relacionamento entre o consumidor e a seguradora e, mais do que isso, aumentar a gama de segurados, reduzindo o custo das apólices.

(*) **Ana Rita Petraroli** é sócia-fundadora do Petraroli Advogados.

(17.12.2019)