

Por Samuel de Jesus Monteiro de Barros

O setor de seguros vive uma transformação profunda, impulsionada pela digitalização, pela análise de dados e pela busca por modelos mais justos e eficientes. Nesse contexto, os **Seguros Baseados em Uso (UBI - Usage-Based Insurance)** surgem como uma das inovações mais promissoras, alinhando tecnologia, personalização e sustentabilidade. A ideia desse texto é explicar como esse modelo funciona, quais oportunidades ele oferece, como a legislação brasileira o trata e o que as oportunidades que empresas podem estar deixando passar?

O UBI rompe com a lógica tradicional de precificação, que se baseia em dados demográficos e históricos, como idade, gênero e sinistros anteriores. Em vez disso, calcula o prêmio de acordo com o comportamento real do usuário. Para isso, utiliza tecnologias como IoT, telemetria, inteligência artificial e aplicativos móveis, que coletam dados em tempo real sobre quilometragem percorrida, horários de uso do veículo, estilo de condução e até condições ambientais, em caso de veículos, no geral o céu é o limite. Essas informações permitem ajustar o valor do seguro dinamicamente, recompensando motoristas prudentes e usuários ocasionais com tarifas mais baixas. Entre as modalidades mais comuns, em caso de seguros veiculares, estão o *Pay-As-You-Drive*, que considera a distância percorrida, e o *Pay-How-You-Drive*, que avalia o estilo de condução, além de modelos híbridos que combinam ambos os critérios.

O UBI não é apenas uma tendência tecnológica; é um novo paradigma de relacionamento com o cliente, o que abre uma avenida de oportunidades. Insurtechs brasileiras já estão nesse movimento. A **Thinkseg**, por exemplo, lançou o primeiro seguro automotivo *pay-per-use* do país, permitindo que o cliente pague apenas pelos dias em que utiliza o carro. Essa proposta atrai motoristas que usam pouco o veículo e buscam economia sem renunciar à proteção. Outra iniciativa é da **Pier**, que começou com seguros para celulares e migrou para automóveis, oferecendo soluções digitais e rápidas, com indenizações pagas em minutos. A **180 Seguros** também inovou ao criar seguros intermitentes, cobrindo períodos específicos, como viagens ou eventos, em parceria com aplicativos de mobilidade.

Esses exemplos expõem como a tecnologia pode transformar a relação entre cliente e seguradora, trazendo dinamismo ao setor. Além disso, o UBI pode aumentar a penetração do seguro no Brasil, onde apenas cerca de 30% da frota está segurada. Modelos mais acessíveis e flexíveis podem atrair consumidores antes excluídos pelo custo elevado das apólices tradicionais.

No campo regulatório, o Brasil avança com o **Marco Legal dos Seguros (Lei 15.040/2024)**, que entra em vigor em dezembro de 2025. A legislação reforça princípios como boa-fé, transparência e proporcionalidade, criando um ambiente favorável para modelos inovadores. Ela estabelece regras claras para avaliação de risco, proíbe cancelamentos unilaterais e padroniza prazos para análise e pagamento de sinistros. Contudo, a LGPD impõe desafios importantes. Como o UBI depende da coleta massiva de dados sensíveis, as seguradoras devem obter consentimento explícito, garantir transparência sobre a finalidade e período de armazenamento e implementar medidas robustas de segurança, como criptografia e auditorias periódicas. O descumprimento pode gerar multas significativas, limitadas a R\$50 milhões por infração.

Apesar do potencial, muitas seguradoras tradicionais ainda hesitam em adotar o UBI por receio de custos tecnológicos, complexidade regulatória ou resistência cultural. Essa postura pode significar perda de competitividade diante de insurtechs e players globais que já avançam com soluções digitais e personalizadas. Também pode gerar desconexão com um consumidor que espera transparência, flexibilidade e preços justos. Além disso, há oportunidades em nichos inexplorados, como seguros sob demanda para micromobilidade, veículos elétricos e equipamentos industriais conectados. Em um mercado que caminha para a hiperpersonalização, ignorar o UBI é abrir espaço para concorrentes mais ágeis e inovadores.

Correndo o risco de chover no molhado, me dou o direito de fazer **recomendações estratégicas para seguradoras tradicionais** que ainda não estão olhando para esse mercado. Para competir com insurtechs, é essencial investir em tecnologia e análise de dados, criando plataformas digitais que ofereçam experiência fluida e transparente. Parcerias com startups podem acelerar a inovação sem exigir grandes investimentos iniciais. Além disso, adaptar produtos para modelos híbridos, combinando precificação tradicional com elementos de uso, pode ser uma forma de transição segura. Outro ponto crítico é a comunicação: EDUCAR o consumidor sobre os benefícios do UBI e reforçar a segurança no tratamento de dados pode aumentar a confiança e a adesão. Por fim, integrar práticas ESG e oferecer vantagens para comportamentos sustentáveis pode diferenciar a marca e atrair novos públicos.

Na minha visão, o UBI é uma evolução tecnológica e uma resposta às demandas por justiça tarifária, eficiência operacional e sustentabilidade. Com um marco regulatório moderno e tecnologias acessíveis, o Brasil tem condições de avançar forte nessa transformação. Para as empresas, o recado é claro: quem se antecipa, investindo em dados, compliance e experiência do cliente, ganhará mercado e poderá ajudar a redefinir o futuro do setor de seguros.

(10.03.2026)