

Evento nacional encerra "Conexão Futuro Seguro"

O ciclo de eventos virtuais "Conexão Futuro Seguro", organizado pela Fenacor, ENS e os Sincors foi encerrado nesta terça-feira (31 de agosto), após nove encontros regionais, com a realização da etapa nacional, o "Conexão Futuro Seguro Brasil", que foi assistida por aproximadamente dois mil Corretores de Seguros e outros profissionais do mercado.

Antes mesmo da abertura, foi transmitido um sensacional "esquenta", com a participação do renomado humorista Diogo Portugal, que apresentou um stand-up com foco no mercado de seguros. Para animar ainda mais os participantes foram oferecidas pelas seguradoras apoiadoras do ciclo as seguintes premiações: adega de vinho, cervejeira; três voucheres de R\$ 1 mil; uma chopeira; e 2 bicicletas Caloi, de 21 marchas.

Em seguida, o MC Erico Melo saudou os presentes e detalhou a programação, que foi iniciada com uma edição especial do "Connection Talk", que reuniu as principais lideranças do mercado em um debate sobre as perspectivas do setor, mediado pelo presidente da Fenacor, Armando Vergilio. Além dele, participaram os presidentes da CNseg, Marcio Coriolano; da ENS, Lucas Vergilio; e das seguradoras Bradesco, Ivan Gontijo; Porto Seguro, Roberto Santos; MAG, Helder Molina; Tokio Marine, José Adalberto Ferrara; Zurich, Edson Franco; SulAmérica, Ricardo Bottas; Liberty, Patrícia Chacon; e HDI, Murilo Riedel.

Nesse bloco, Armando Vergilio alertou sobre os riscos de o mercado de seguros ser atingido pela instabilidade que ronda a economia brasileira. "Esse risco torna-se mais iminente diante da pouca disposição do órgão regulador para o diálogo, optando por impor mudanças sucessivas e, muitas vezes, açodadas no marco regulatório, sem um debate mais aprofundado com o setor privado", advertiu o presidente da Fenacor, lembrando ainda que algumas das mudanças aprovadas pela Susep sequer foram experimentadas por qualquer outro país, como o open insurance e "sua aberração totalmente ilegal, a sociedade iniciadora de seguros".

Já o presidente da ENS, Lucas Vergilio, lamentou que a Susep tenha "virado as costas" para o mercado, resistindo ao diálogo com corretores ou seguradores. "Várias medidas foram aprovadas de maneira açodada. Somos um mercado que gera muitos empregos, protege o cidadão e contribui de forma significativa com a economia do país. Precisamos melhorar o ambiente regulatório e o ambiente de negócios. Não podemos continuar convivendo com essas incertezas", frisou Lucas Vergilio.

Por sua vez, o presidente da CNseg, Marcio Coriolano ressaltou que o mercado de seguros é o "braço solidário para a proteção de todos os brasileiros" e tem demonstrado durante a pandemia que estavam errados aqueles que consideram o setor como um segmento atrasado. Ele também elogiou o papel exercido pelo corretor de seguros. "É o Corretor que leva o seguro à população de todo o país, demonstrando capacidade de superação e dinamismo. A tecnologia não chega a alguns rincões do Brasil, mas o corretor está sempre presente", afirmou Coriolano.

Veja os principais pontos destacados pelos presidentes das seguradoras no "Connection Talk":

Roberto Santos, presidente da Porto Seguro: criticou a criação da figura da sociedade iniciadora de serviços de seguros, no contexto do open insurance. Segundo ele, essa figura vai fazer concorrência ao corretor, que é o representante legal do segurado previsto em lei. "A Porto Seguro vai agir para impedir a implementação desse Frankstein. Vamos lutar até a última instância", assegurou.

Murilo Riedel, presidente da HDI: também destacou a importância do Corretor de Seguros, que considera como o "grande ativo" das seguradoras. Para ele, o mercado tem "a obrigação" de cumprir o open insurance, mas também de proteger o Corretor. "Todo o mercado estará ao lado do Corretor, que é o maior sistema de distribuição de seguros do planeta", comentou.

Helder Molina, presidente da MAG: fez menção o fato de o mercado ter pagado 72 mil indenizações,

somando mais de R\$ 3 bilhões por mortes decorrentes do coronavírus. “Isso representa somente 10% das mortes registradas no país, mas indica a real penetração do seguro de vida nos lares. Muito pouco comparado a outros países. Nos EUA, na Europa e na Ásia esse percentual chega a 70%. O Corretor tem a missão vital de mudar esse quadro e corrigir esse gap”, frisou.

Ivan Gontijo, presidente da Bradesco Seguros: para ele, o Corretor de Seguros tem a missão de apurar as reais necessidades do consumidor e, com base nessas informações, indicar para as seguradoras como aprimorar serviços, produtos e coberturas. “Vocês são o elo com a sociedade. Somente os Corretores podem fornecer informações para melhorarmos nossos produtos”, assinalou.

José Adalberto Ferrara, presidente da Tokio Marine: em tom otimista, afirmou que o setor tem potencial para dobrar de tamanho nos próximos cinco anos. Ele também prometeu apoiar o Corretor em qualquer cenário. “Seja qual for a mudança que vier, vamos colocar os Corretores no processo. Vamos crescer dois dígitos em 2021 e continuar crescendo dois dígitos em 2022. Vamos entrar no próximo ano acelerando para crescer ainda mais”, asseverou.

Edson Franco, presidente da Zurich: ressaltou a importância de o mercado adotar “um estado de espírito mais positivo”. Ele ainda conclamou os Corretores para, juntos, “criarmos um futuro melhor”.

Ricardo Bottas, presidente da SulAmérica: disse que enxerga um cenário de “muitas oportunidades”. Destacou o fato de a pandemia ter acelerado a digitalização tanto das seguradoras quanto dos Corretores. “Temos que enxergar esse ambiente como de oportunidades e desafios. Contamos com os Corretores e acreditamos que a crise está mais perto do fim”, observou.

Patrícia Chacon, presidente da Liberty: acentuou que o mercado de seguros está cada vez mais resiliente e “com capacidade incrível de se reinventar”. Para a executiva, é preciso investir na parceria com o Corretor e na capacidade desse parceiro para olhar o consumidor e ver o que ele, de fato, precisa. “Houve impacto relevante nos bolsos dos brasileiros, o que torna ainda mais fundamental o papel do Corretor, para que se possa garantir que o cliente tenha o que precisa em coberturas, sem mais nem menos”, disse.

FILÓSOFO. No segundo bloco do evento, o filósofo Luiz Felipe Pondé, um dos mais renomados da atualidade, ministrou palestra sobre o tema “Criatividade e Empreendedorismo em Tempos de Incertezas”.

Segundo ele, dentro do novo cenário criado pela pandemia e também pelas transformações que atingem a sociedade como um todo, o Corretor de Seguros precisa atuar como um “curador de cuidados e de proteção” para a população. “O mundo é, hoje, excepcionalmente rico em incertezas. Isso não vai mudar”, apontou.

No final do evento, foi realizado um dos momentos mais aguardados. Além da premiação dos participantes com um notebook e um smartphone de última geração, oferecidos pela organização, foram sorteados dois carros zero km.

O primeiro, oferecido pela MAG Seguros, foi ganho pelo corretor de seguros Braz Romildo Fernandes, de São Paulo. O outro, sorteado pela organização, ficou com Julio Arabi, representante da RR Mantovan Corretora de Seguros, de São José do Rio Preto (SP).

DESTAQUE. Outro destaque foi o anúncio feito pelos presidentes de sete seguradoras (HDI, MAG, Tokio, SulaAmérica, Liberty, Zurich e Bradesco) referente à doação de mil cestas básicas, por cada companhia, para a ação social “Conexão Solidariedade”, desenvolvida no âmbito do “Conexão Futuro Seguro”, e que tem o objetivo de amparar famílias carentes atingidas pela pandemia.

Emocionado, Armando Vergilio agradeceu e lembrou que a Fenacor tem o compromisso de dobrar o número de doações. Assim, a ação já contabiliza, pelo menos, 14 mil cestas básicas. “Queremos

chegar à marca de 20 mil cestas com as muitas doações que estão sendo feitas por Corretores de todo o Brasil. Serão toneladas de alimentos. Fico muito feliz”, comemorou Vergílio.

Setor de seguros e o consumidor do futuro

Uma fase de maturidade institucional marca o relacionamento entre o setor segurador e os órgãos que compõem o sistema de defesa do consumidor. Esse movimento convergente contribui para ampliar a incursão do seguro na vida das pessoas e dos negócios, com impacto direto sobre o bem-estar e a resiliência das empresas nas últimas décadas. O alinhamento em prol de práticas de conduta centralizadas no consumidor, baseadas em suas reais necessidades, é bem-vindo para ampliar a satisfação de clientes, sobressaindo-se ainda mais em um ambiente de alta competitividade, de extraordinário uso de recursos tecnológicos e de cidadãos cada vez mais empoderados.

Esse diálogo franco, transparente e propositivo entre os atores sociais da representação dos consumidores e os players do mercado aprimora a relação de consumo, estimula o desenvolvimento das melhores práticas e o aperfeiçoamento dos serviços e produtos do setor segurador.

É claro que todos podem contribuir mais - reguladores e regulados - no fomento da atividade. Por parte das empresas do setor segurador há o desafio permanente de abrigar as expectativas dos consumidores e de ampliar seu grau de satisfação. Na era digital em que vivemos, deve estar no radar a criação de novos produtos, sobretudo para riscos emergentes, reformulações contínuas em apólices existentes para ampliar coberturas, algo factível a partir da possibilidade de combos de proteções, e canais variados para alcançar o consumidor, de acordo com a sua preferência.

É fato que o setor de seguros se prepara, há tempos, para esse encontro com o consumidor do amanhã, cada vez mais conectado a tecnologias transformadoras do perfil do consumo. Uma revolução tecnológica silenciosa em curso - e posta à prova durante a pandemia - não deixa dúvidas de que o setor de seguros está entre os mais abertos à inovação e capaz de novos avanços na transição digital.

Nessa marcha, há quatro pilares convergentes: consumidores predispostos a ampliar seu nível de cobertura, sobretudo após a experiência traumática da pandemia; seguradoras ávidas por endereçar soluções adequadas a riscos; órgãos de regulação dispostos a retirar excessos regulatórios e modernizar as normas; e entidades de defesa atentas aos novos perfis de consumo e novos modelos de negócios. Desde já, estamos todos construindo as pontes para o futuro a partir do diálogo institucional vigoroso e proveitoso para a cadeia de seguros.

Solange Beatriz Palheiro Mendes

Diretora-Executiva da Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg)

O que é o open insurance senão uma insurtech?

O advento da chamada quarta revolução industrial, a da tecnologia digital, surgiu como um novo e promissor mercado de compra, venda e distribuição de produtos e serviços de tecnologia da informação no vasto campo de atividade dos seguros. Antes mesmo disso, o crescimento consistente do mercado de seguros e, com ele, a galopante acumulação de dados sobre a matéria-prima dos seguros - os seus segurados -- trouxe um foco especial da indústria da informação sobre cada etapa da extensa e complexa cadeia de valor da atividade securitária.

Nessa fase acima, que faz parte do passado, houve uma oferta substancial de tecnologias aplicadas aos seguros com origem em empresas especializadas na área e que promoveram intenso diagnóstico das companhias incumbentes, aportando para elas novos sistemas de informações em linha com a digitalização já em curso nos países exportadores de inovações. A essa época, os mercados mundiais viviam o questionamento das atividades que não deveriam fazer parte da

natureza própria e direta de seus negócios, resultando na disseminada terceirização de atividades intensivas em tecnologia.

A sustentação da produção digital em escala integrada no mundo chegou mesmo à criação de um eufemismo de modernidade alcunhado de "disrupção". Mas o fato é que a oferta, pela indústria da tecnologia da informação, às empresas seguradoras, de substitutos práticos dos sistemas acumulados pelas gigantescas cargas de dados e a liderança assumida pela inteligência artificial aceleraram a transformação da indústria de seguros para que se adaptasse ao universo mental e comportamental de um novo consumidor.

Tanto quanto no sistema financeiro, o monumental número de transações entre partes integra a natureza do sistema de seguros. Neste, a diferença, para mais, é que há uma complexidade maior de produtos e serviços e que também se trata de informações pessoais de granularidade ausentes de outros setores de atividades. É por essa razão que, atualmente, toda a atenção está sendo dirigida para o topo da revolução tecnológico-digital no espaço dos seguros, que é o open insurance. Que não é propriamente, como querem alguns, um marketplace, porque esse mercado já existe há séculos. Já há transações consolidadas entre as suas partes, chamadas de consumidor, seguradora, corretor e governo regulador. O que se cuida agora é da ampliação do conteúdo dessas transações e da forma como essas transações estão previstas para acontecer.

No open insurance, a forma de transacionar-se as informações está dominando o conteúdo. Isso porque foi criado um novo negócio. Esse novo negócio está sendo formado por um conceito de empresa tecnológica interveniente no mercado: que primeiro era a "registradora" de dados das seguradoras junto ao órgão regulador, a Susep. E que agora foi expandido para a "registradora" de dados das seguradoras no marketplace e, depois, para uma empresa de tecnologia de intermediação chamada de "iniciadora de serviços". A expertise comum a tudo isso é a tecnologia dos seguros, a que criou uma competência específica, a das insurtechs.

Colocado em marcha o processo de open insurance, as insurtechs, em suas mais variadas formas e tamanhos, buscarão estar presentes. Porém a história da revolução tecnológica no setor de seguros mostra que caberá às seguradoras - as que aportam o capital necessário, tomam riscos e fazem a gestão do negócio - decidir se preferirão terceirizar suas atividades para as empresas que quiserem entrar nesse novo negócio, ou fazer o "funil" de escolhas e tomar para si o destino dos dados que acumularam durante décadas, internalizando, como autênticas "registradoras", a captura, o tratamento e o oferecimento de dados pessoais que formam o seu patrimônio e diferencial competitivo e que precisam de maior responsabilidade de guarda em face da nova Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

Marcio Serôa de Araujo Coriolano

Presidente da Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg)

Fonte: [ENS](#), em 01.09.2021.