

Pela primeira vez, 50% dos segurados consideram contratar cobertura de players digitais, levando seguradoras tradicionais a buscar parcerias estratégicas para se manterem competitivas

O World InsurTech Report 2021 da [Capgemini](#) e da Efma, publicado recentemente mostra que as InsurTechs e BigTechs estão fazendo investimentos significativos para impulsionar o desenvolvimento tecnológico e a inovação no setor de seguros, aumentando a pressão sobre as seguradoras estabelecidas. Os players digitais da nova era oferecem maior personalização e ênfase na experiência do cliente, conquistando a confiança de cada vez mais pessoas. Em resposta, as seguradoras estão tentando fortalecer seus recursos de tecnologia por meio de parcerias no ecossistema ou da aquisição de InsurTechs, mudando sua realidade de "fazer digital" para "ser digital".

De acordo com o estudo, as gigantes de tecnologia e as InsurTechs garantiram acesso sem precedentes à alocação de capital de investidores e estão reforçando seus recursos digitais, o que aumenta sua liderança como vanguardistas da inovação. Entre 2018 e 2020, as 5 maiores empresas de tecnologia do mundo e um famoso fabricante de automóveis - que oferece serviços de seguros - alocaram quase 2,5 vezes o investimento total nas 30 maiores seguradoras em 2020. No final de 2020, o valor de mercado total das InsurTechs listadas ultrapassava US\$ 22 bilhões. As InsurTechs estão se tornando rapidamente o investimento do momento, com uma ampla gama de investidores apoiando e injetando capital. Os capitalistas de risco, os oportunistas e os parceiros de *private equity* estão implantando capital inicial, enquanto as resseguradoras estão desempenhando ativamente duas funções críticas: habilitar InsurTechs por meio de investimentos e fornecer capacidade de subscrição essencial.

CARE se torna o ingrediente secreto do setor

A pandemia de COVID-19 fomentou a intenção do cliente de adquirir seguro em até 7% e, cada vez mais, os segurados estão sendo atraídos pelas seguradoras que oferecem melhor 'CARE', onde **C**onveniência, **A**conselhamento e **R**elevância estão no centro da percepção de eficácia na jornada do cliente. Hoje, os segurados não hesitam mais quando se trata de abandonar um provedor em busca de outro CARE mais atrativo. Pela primeira vez, 50% dos clientes hoje em dia estão dispostos a considerar a cobertura de um *player* da nova era.

1 Análise financeira da Capgemini com base em dados do [Yahoo Finance](#) e [CompaniesMarketCap](#).

2 Análise Financeira da Capgemini com base em dados de CompaniesMarketCap .

3 "CARE"

C. Os clientes desejam **conveniência**: disponibilidade 24 horas por dia e 7 dias por semana, resposta rápida e acesso multicanal a informações de apólices e gestão de contas.

A. Clientes querem **aconselhamento** personalizado: produtos customizados de acordo com suas necessidades, bem como a capacidade de gerenciar seu perfil de risco em todo o ciclo de vida da apólice.

RE. Os clientes esperam ter **relevância** para as seguradoras: que elas se envolvam de forma significativa com suas expectativas (por exemplo, por meio de propostas de prevenção de riscos ou suporte não-intrusivo em momentos de necessidade).

As tecnologias digitais fazem a diferença para os players da nova era com alto potencial de investimento. As InsurTechs estão aproveitando a entrada de capital para melhorar ainda mais suas ofertas de CARE por meio de tecnologias digitais, incluindo IA/modelagem preditiva, análise avançada de dados, APIs (seguro aberto) e IoT (dispositivos conectados). As InsurTechs estão

atentas às expectativas dos clientes e, embora a conveniência esteja no centro das propostas da InsurTech há um bom tempo, as prioridades agora estão mudando em relação à relevância. Embora as empresas tradicionais estejam enfrentando desafios de análise de dados - apenas um quarto das seguradoras estão confiantes em suas habilidades de processamento de dados -, não estão ociosas. Para contornar e superar essas limitações, muitas seguradoras tradicionais estão comprando e firmando parcerias com players digitais para aprimorar suas capacidades e proposição de valor como parte da equação de CARE, com foco especial na relevância.

"O setor de seguros está evoluindo, a palavra-chave para seu futuro é modularidade. As seguradoras devem estar preparadas para enfrentar uma ampla gama de cenários futuros. As ofertas modulares, sistemas e estruturas organizacionais serão indispensáveis para criar uma mudança de valor robusta e responsiva. Nos próximos anos, as empresas do setor serão definidas por sua força em uma cadeia de valor hiperespecializada, e o papel das seguradoras se tornará cada vez mais de orquestração", comentou Anirban Bose, CEO de Serviços Financeiros e Membro do Conselho Executivo do Grupo da Capgemini.

O seguro está mudando da venda de produtos para CARE e proteção do cliente e, à medida que as linhas entre os participantes do setor de seguros se confundem, o relatório prevê dois cenários emergentes possibilitados pelo acesso contínuo ao capital:

- **Seguro integrado como um valor agregado em ecossistemas de terceiros:** a cobertura é incorporada no ponto de venda ou de prestação de serviço, tornando-se imperceptível. O modelo de negócios evolui em direção a uma proposta de B2B2C, na qual os parceiros do ecossistema controlam o relacionamento com os clientes.

- **Valor agregado no âmago de ofertas complexas:** as seguradoras evoluem da venda de produtos para a "CAREing" (cuidar) dos clientes, por meio de propostas de previsão e prevenção habilitadas por IA e análises.

"À medida que as seguradoras tradicionais expandem seus ecossistemas para permanecerem competitivas, devem cada vez mais considerar o valor que podem alcançar por meio de parceiros confiáveis, incluindo BigTechs, InsurTechs e participantes não tradicionais como fabricantes de equipamentos originais (OEMs). Os números sugerem claramente que o crescimento exponencial das InsurTechs veio para ficar, portanto, oferecer um CARE superior ao cliente é essencial. O sucesso futuro no setor dependerá dos recursos dos players em toda a cadeia de valor, da vontade de investir e do desejo de criar relacionamento com o cliente", disse John Berry, CEO da Efma.

Metodologia de Relatório

O World InsurTech Report (WITR) 2021: baseia-se em percepções de pesquisas de vários estudos, mesas redondas e entrevistas: as Discussões em mesa redonda do Relatório Mundial de InsurTech de 2021, as Entrevistas Executivas do World InsurTech Report 2020-2021, a Voz do Seguro Global da Pesquisa de Satisfação do Cliente, a Pesquisa de Satisfação do Cliente de COVID-19 da Capgemini 2021, o Estudo do Ambiente da InsurTech da Capgemini de 2020-2021, a Parceria InsurTech e Análise Crítica de 2021. O relatório inclui uma análise de mais de 900 InsurTechs com foco nos Estados Unidos e na Europa, divididas em três grandes categorias como transportadoras, distribuidores e facilitadores. A análise extrai insights sobre a taxa de crescimento das InsurTechs entre 2020-2021 e os recursos financeiros obtidos para o período 2020-2021.

Fonte: Ketchum, em 15.10.2021