



Na palestra de abertura da terceira edição do “CQCS Insurtech & Innovation”, maior evento de inovação em seguros da América Latina e um dos principais do mundo, o influencer Matteo Carbone, fundador e diretor do IoT Insurance Observatory, fez um alerta importante para as seguradoras. “Todas as companhias têm que usar dados e tecnologia para fazer seu trabalho melhor; adotar soluções inovadoras para aprimorar processos, vender melhor, atender melhor. As empresas que falharem em usar isso não vão durar muito”, advertiu.

Segundo Matteo, as insurtechs estão prontas para ajudar o mercado nesse processo. Aliás, há dois anos, em um livro de sua autoria, ele sentenciou que, cedo ou tarde, todas as seguradoras teriam, de alguma forma, que se transformar em insurtechs.

Essa visão foi reforçada pelo cenário que vem se consolidando desde então, inclusive em função da pandemia. “A penetração do seguro na economia mundial ficou estagnado nos últimos 20 anos. Provavelmente, o setor não está fluindo suficientemente os novos riscos. Por isso, é preciso discutir novos caminhos, pensar em linhas de negócios com cobertura para riscos intangíveis. A forma como as pessoas vivem está mudando. Todos passam mais de 8 horas por dia na tela do computador. A seguradora que quiser vender algo, precisa estar presente no telefone do cliente. Caso contrário, irá perdê-lo”, observou.

Ele lembrou que as startups querem aproveitar essa oportunidade, inovando produtos e a forma como são distribuídos. “Fazem um trabalho muito bom. E obrigam o setor de seguros a pensar como evoluir”, observou.

Para Matteo, as insurtechs podem permitir que as seguradoras sejam mais rentáveis, contribuindo para resultados. Além disso, ajudam as companhias do setor a ficarem mais perto dos clientes, conhecendo melhor suas necessidades, sendo mais proativas. “Assim, é possível reduzir a rotatividade de cliente, assegurando a continuidade nos negócios. O mercado passa a ser mais

produtivo e a vender mais”, frisou.

Ele lamentou ainda o fato de não ter ocorrido, de fato, uma “mudança digital” no mercado de seguros durante a pandemia, ao contrário de outros segmentos econômicos. Matteo citou três grandes mercados – Alemanha, Itália e EUA – onde não houve, nos últimos meses, “qualquer sinal de efetiva mudança digital”.

Contudo, ele elogiou a “resiliência” dos corretores de seguros, que, na avaliação do influencer, fizeram “ótimo trabalho” para atender os clientes. “A distribuição digital pode ser ótima para levantar dinheiro, mas, para vender seguros, os agentes e corretores ainda são os melhores”, salientou.

## **APRESENTAÇÃO**

Matteo Carbone foi apresentado pelo CEO da MAG Seguros, Helder Molina, que destacou a importância da inovação para o futuro do mercado. “Para sobreviver, será preciso ter a inovação no seu DNA. A MAG tem isso bem enraizado. Não dá mais para fazer mais do mesmo. É preciso criar produtos novos, pressionar o órgão regulador para que nos deixe criar coisas e facilitar a vida do cliente”, pontuou.

Molina lembrou que o mercado pagou indenizações a apenas 15% das indenizações de mortes decorrentes da Covid. “Então, 85% das famílias não tiveram proteção. Vejam o tamanho do mercado que podemos trabalhar, com muita inovação e disrupção”, afirmou.

**Fonte:** CQCS, em 24.11.2021