

Por Alex Körner (*)



Olhando o mercado de seguros, que vem passando por profundas mudanças nos últimos anos, uma das pautas de maior discussão, atualmente, é a agenda do Open Insurance, que segundo bem

define a Superintendência de Seguros Privados (Susep) é a possibilidade de consumidores de produtos e serviços de seguros, previdência complementar aberta e capitalização permitirem o compartilhamento de suas informações entre diferentes sociedades autorizadas/credenciadas, de forma segura, ágil, precisa e conveniente. Para entregar esses benefícios ao consumidor, o Open Insurance operacionalizará e padronizará o compartilhamento de dados e serviços por meio de abertura e integração de sistemas, com privacidade e segurança.

Mas, o que muda, de fato, para o cliente? Parece uma reflexão simples, mas vejo, muitas vezes, pessoas perdendo oportunidades, pois não param para analisar profundamente as mudanças que podem ocorrer, para além citadas globalmente, tal como transparência, aumento da competitividade entre os concorrentes, surgimento de novas empresas, preço mais justo para o cliente e outras menções. E esse combo é muito bacana, mas, na prática, não responde como pode mudar a vida de cada cliente, individualmente, e como cada pessoa que tem seguro de cartão, vida, residencial e auto (para carros) pode aproveitar o Open Insurance em seu dia a dia.

Como player, entendo que a primeira mudança será no que costumo chamar de arena de competição, no qual empresas que estão em cada mercado não atuam mais somente em seu próprio cenário, mas além - sejam bancos, varejistas ou, no nosso caso, no setor de seguros. Isso porque, alguns dos principais atores de cada setor estão, naturalmente, expandindo e aumentando seus ecossistemas em novos negócios que façam sentido ao seu modelo de negócio principal, movimento que é acelerado por inúmeros fatores - principalmente as novas regulamentações estruturadas pelo Banco Central, que começam em 2010, com a abertura do mercado de adquirência do Brasil; seguido em 2013, pelo Marco Legal da Sistema de Pagamentos Brasileiro (SPB); e depois uma série de regulamentações.

Essas iniciativas criam novas possibilidades de empresas e negócios, ao mesmo tempo em que estabelecem uma convergência na qual, mesmo sem sair de seus setores (bancos ou varejistas, por exemplo), empresas que ofereçam os mesmos produtos ou serviços - como, por exemplo, carteira digitais com ofertas de empréstimos - acabam competindo entre si. O cliente é de todos!

Junto a arena de competição, o Open Banking lidera a mudança, permitindo que cada consumidor final um controle suas finanças de forma 100% digital, integrada e, quem sabe, a partir de um único aplicativo. O Open Insurance, por sua vez, permitirá ao cliente/usuário ter uma carteira digital apenas de seguros, podendo comprar, cancelar ou abrir um sinistro de forma 100% online, possivelmente também a partir de um único app. Em seguros, a iniciativa regulatória considera o acesso de APIs (Application Programming Interface, ou, em português, Interface de Programação de Aplicativos) das seguradoras/insurtechs disponíveis para conectar em qualquer lugar. O cliente, nessa perspectiva, terá acesso ao seu dado e é dono dele. O que ainda precisa ser definido é quanto o ambiente tecnológico das empresas que participam direta ou indiretamente no mercado de seguros vai estar pronto para dar essa nova experiência digital. São muitas perguntas que ainda não temos resposta, mas com o Open Banking, as seguradoras e insurtechs poderão já vislumbrar elementos que podem direcionar, possivelmente, para os impactos no mercado de seguros.

Em um cenário de convergências, no qual os desafios são a experiência digital do cliente, o trunfo será como se diferenciar nessa nova arena. Uma das respostas pode estar no "Be cliente", ou seja, pensar e direcionar produtos e serviços a partir da ótica do consumidor. Uma vez que ficamos, cada vez mais, parecidos, o que nos separa e diferencia como players é como podemos atender os clientes como gostaríamos de ser atendidos, seja no produto, na jornada, na experiência ou no atendimento. A grande diferenciação nos fará voltar ao básico (e principal): os clientes!

(*) **Alex Körner** é cofundador e CIO da 180° Seguros, insurtech que foi criada com o propósito de transformar o modelo de consumir e distribuir seguros e assistência no Brasil. Fundada por Mauro Levi D'Ancona, Alex Körner, e Franco Lamping, a 180° atua em um modelo B2B2C com produtos de seguros e suportes, conectando seguradoras e empresas de assistência aos consumidores com muita tecnologia, repensando o modelo de distribuição de produtos com inovação, comunicação simplificada, menos burocracia e atendimento humanizado.

15.12.2021