

Por Sidney Dias (*)

A transformação digital pela qual o setor de seguros está passando vai continuar acelerando, mudando produtos e maneiras de se fazer negócios. Vai abrindo espaço para novas empresas e pressionando para que sejam feitas fusões e aquisições. Iniciativas adotadas nos últimos anos estão em andamento – algumas já estão sendo implementadas e outras têm um calendário definido. Um exemplo é o Sistema de Registro de Operações (SRO), já em implantação, que possui um cronograma para incorporação gradativa do registro de operações dos diferentes grupos de ramos.

Uma iniciativa que tem mexido com o mercado de seguros é o Open Insurance. Seguradoras e corretores de seguro têm muitas dúvidas e existem desconfiças quanto aos impactos que poderá trazer para os negócios. Existe um calendário com metas para implantação que, eventualmente, pode ser alterado, dando mais algum tempo para que os diferentes atores consigam se preparar melhor.

A análise do ambiente de negócios expandido mostra que existem fatores externos ao mercado de seguros que tornam complexa a simples suspensão ou cancelamento do Open Insurance – como a evolução do Open Banking, ao qual o Open Insurance está intimamente relacionado -, e a efetiva entrada em vigor da LGPD em meados de 2021, que garante uma série de prerrogativas ao titular dos dados pessoais.

Em outra frente, a proliferação de serviços de seguros digitalizados utilizando recursos de automação e de inteligência artificial continuará se espalhando por toda a cadeia produtiva do seguro. Isso hoje já está claramente visível em muitos processos – como no atendimento ao cliente, nos serviços de assistências 24h e na regulação de sinistros de auto, por exemplo. Parte do processo de aprendizado, as reclamações dos clientes e usuários dos serviços quanto às falhas identificadas devem ser acolhidas pelas seguradoras e outros agentes e utilizadas como insumo valioso para correção de rumos.

Os corretores de seguros estão bem posicionados, pois têm uma característica única e de alto valor: eles possuem uma relação de confiança com os seus clientes, o que pode coloca-los em uma posição muito vantajosa caso utilizem mais intensivamente as tecnologias digitais e de comunicação para alavancar seus processos e formas de relacionamento.

(*) **Sidney Dias** é diretor da Conhecer Seguros, mestre e doutor em Informática. Graduado em Administração Pública, é professor em cursos de graduação e pós-graduação e membro de instituições internacionais, como a IEEE/Computer Society, da Association for Computing Machinery (ACM), da Information Systems Audit and Control Association (ISACA) e da International Coach Federation (ICF). É, também, corretor de seguros habilitado em todos os ramos.

Fonte: Conhecer Seguros, em 18.01.2022