

“Missão OpenCor”: ebook é apresentado no Mega Trends

O vice-presidente da Fenacor, Manuel Matos, foi um dos participantes do painel Mega Tendências, realizado no 1º Insurance Mega Trends ENS.

Matos falou sobre os impactos do Open Insurance (Opin) para o setor, em especial para o corretor de seguros. “O mundo open já é uma realidade. Graças à Inteligência Artificial conseguimos interagir de forma simultânea e personalizada com vários clientes. O corretor trabalha praticamente 24 horas. Para estar conectado às tendências de consumo e tecnológicas é preciso estar capacitado, e é aí que entram a ENS e os cursos que ela oferece”.

O executivo ressaltou que a Fenacor está comprometida em liderar essas mudanças, qualificando os corretores por meio de conhecimentos, da inovação e, sobretudo, da colaboração. “Nosso objetivo não é apenas atender às exigências regulatórias do Open Insurance, mas também moldar o futuro do segmento, assegurando que continuemos a ser o escudo protetor na vida dos nossos clientes, independente do avanço tecnológico”.

E-book “Missão OpenCor”

Manuel Matos aproveitou a ocasião para apresentar o ebook “Missão OpenCor - O corretor de seguros como garantia do consentimento informado e da proteção dos dados de seus clientes” (disponível [aqui](#)). O material traz uma visão detalhada de como o mundo está lidando com a convergência de tecnologias em benefício dos corretores de seguros e de seus clientes. Segundo o vice-presidente da Fenacor, o ebook ajudará corretores e clientes a compreenderem melhor o Open Insurance e, assim, contribuirá para reduzir incertezas e inseguranças a respeito do assunto.

O conteúdo foi baseado em perguntas recebidas por Manuel Matos desde que iniciou a jornada em torno do Opin, e desenvolvido com o objetivo de explicar não somente as tendências atuais, mas também o papel do corretor de seguros nesse ambiente.

Quais as principais tendências para o setor de seguros? O Insurance Mega Trends respondeu

Um debate de altíssimo nível, com alguns dos mais renomados players do setor, avaliando as principais tendências para o mercado de seguros em 2024 e os próximos anos. Com um time de peso, o 1º Insurance Mega Trends da Escola de Negócios e Seguros (ENS) teve como painel de destaque o Mega Tendências, que repercutiu as perspectivas para diversos nichos da indústria, na visão de especialistas.

É preciso estar capacitado para o novo

Abrindo as atividades, a advogada e professora da ENS, Angélica Carlini, falou sobre as tendências em seguros no âmbito jurídico e citou as leis que estão em vias de ser implementadas.

“Com a regulação da Inteligência Artificial na União Europeia e no Brasil, a revisão e a reforma do código civil brasileiro, além da regulamentação administrativa da Susep e da ANS, que, conforme comprovam as agendas regulatórias, teremos novidades relevantes para o mercado”.

Carlini destacou, no entanto, que os agentes do mercado precisam estar preparados para lidar com as mudanças. “Conviver com inovações é espetacular, mas absorver mudanças e se integrar de forma positiva, depende do nosso equilíbrio emocional, controle da ansiedade, alinhamento das nossas expectativas e, principalmente, não termos medo do que o novo pode trazer para o mundo que já conhecíamos tão bem. Para conviver com o novo é preciso estar preparado e fortemente capacitado”.

Foco no consumidor fora do mercado

O CEO da TEx e professor da ENS, Emir Zanatto, abordou o Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros (PDMS), lançado pela CNseg, que estabelece como meta para o mercado chegar a 10% do PIB até 2030. “Para alcançarmos esse objetivo, que é ambicioso, devemos expandir a nossa visão e ir além do que é tradicional e do que estamos acostumados a olhar. Vamos olhar para as pessoas, para o mundo e para o mercado, não só o de seguro”.

O executivo enalteceu o papel do corretor nessa transformação. “O corretor de seguros não depende mais da seguradora ou de outras instituições para inovar e criar soluções. Agora, ele tem um papel ainda maior de protagonista, porque ele pode fazer o uso das várias dimensões de informações que tem. O corretor de seguros oxigena o mercado. É ele quem está diante das pessoas que têm interesse em contratar e que muitas vezes não contratam. O corretor sabe quem não faz o seguro. E talvez essa seja a pergunta mais importante: quem são as pessoas que não contratam seguros? Se queremos crescer esse universo temos que pensar o que fazer para adicionar essas pessoas no mercado”.

Tendências em insurtechs

A atuação das insurtechs e a jornada do cliente foram temas da explanação do CEO da 88i e professor da ENS, Rodrigo Ventura.

“Neste caminho do PDMS, temos que trazer para o mercado pessoas que nunca tiveram a oportunidade de adquirir um seguro. Falamos de jornadas que são simples, intuitivas e digitais. Nessas jornadas, temos que reduzir a fricção da experiência de compra. Devemos oferecer experiências em que o seguro está atrelado a serviços digitais, como o Embedded Insurance e Embedded Finance. Além de reduzir toda a burocracia da contratação do produto, promovemos educação financeira e aumentamos a percepção da importância do seguro, impulsionando o mercado e provocando uma super transformação”, avaliou.

Outro aspecto relevante enfatizado por Ventura foram os ativos digitais, que possibilitam apólices inteligentes de seguros, com possibilidade de auto execução da apólice, regulação de sinistro com pagamento instantâneo, em tempo real. “Estamos falando de um novo ambiente, muito mais automatizado, rápido, transparente e inclusivo. Quando conectamos todas essas coisas vemos a tamanha transformação que está acontecendo e podemos vislumbrar as milhões de pessoas que serão beneficiadas com isso”.

Inovações sob o aspecto humano

Para inovar é preciso considerar também os aspectos humanos. Segundo o CEO da Omni&Co, Heverton Peixoto, há muitas mudanças na gestão de pessoas e no mundo corporativo que precisam ser consideradas. “A geração que está assumindo os postos de liderança é muito distinta dos gestores que tínhamos a décadas atrás. Uma geração de líderes que estava muito acostumada com visão de disciplina, visão de entrega e modelo de cobrança está saindo dos postos de liderança. A nova geração não está conectada com o fator disciplina, de cobrança e de controle, não é isso que motiva o time e não é isso que faz a diferença. Precisamos mudar a forma como gerimos nossas pessoas e como motivamos”.

Peixoto destacou três tendências fundamentais para o líder do futuro. “A primeira é discutir, esclarecer e deixar muito claro para toda a organização onde a gente quer chegar. Qual é o nosso objetivo, como a gente quer se diferenciar e qual a proposta de valor da companhia? Até pouco tempo, essa discussão era limitada a pouco líderes. Isso acabou”.

A segunda tendência é medir o real impacto das ações. “O que a gente precisa começar a medir é o impacto final. Pare de medir as entregas dos projetos por realização e tente começar a mensurar entregas reais, tangíveis. É hora de esquecer a medição de entregas de fases do projeto e começar a focar na entrega real”.

A última megatendência que o CEO considera obrigatória é o engajamento real dos times. “Muitas

empresas estão com os times distantes. A gente precisa dar atenção a motivar esses times. Muitos colaboradores estão em freelance ou com rotinas bagunçadas. Não adianta achar que a gente vai fazer o comando em controle, monitorando de minuto em minuto, aquilo que na década de 80 funcionava, da gritaria, cobrança e do 'faça porque eu estou mandando'. Para motivar temos que gerar propósito, ter sentimento de dono para todos os colaboradores e não só dos diretores, e sentimento de orgulho".

Seguros e Educação Financeira

O último painalista, o professor e pesquisador da ENS, Carlos Heitor Campani, falou sobre seguros e educação financeira. O acadêmico abriu sua participação afirmando que não há como dissociar um do outro. "Seguro é educação financeira na veia. Quem atua no seguro tem que saber de finanças, pois pode ajudar até na hora de ofertar um produto".

Campani salientou o uso do seguro como ferramenta para garantir o futuro. "Estamos vivendo mais e, para muitas pessoas, o INSS não será suficiente para prover a qualidade de vida que muitos almejam. Todas essas questões de longevidade são uma oportunidade para o setor. Isso inclui necessariamente a oferta novos produtos", afirmou o pesquisador, que citou ainda os seguros que serão importantes para resolver as dores do consumidor que vai viver por muitos anos.

Todos os debates na íntegra podem ser conferidos no site megatrends.ens.edu.br.

Fonte: [ENS](#), em 04.03.2024.