

Por Marcelo Blay (*)

Estive na semana passada num evento em Las Vegas focado exclusivamente na aplicação de tecnologias na indústria de seguros, o **Insurtech Connect 2016**. O primeiro impacto foi a quantidade de pessoas: 1.500. A partir daí tive grande dificuldade em selecionar quais painéis assistir. Tive que optar por 20 entre mais de 50, o que por si só já foi uma tarefa penosa, pois a vontade era estar em todos. Tentarei sumarizar neste artigo um pouco do que vi e ouvi em dois dias e meio de imersão.

O primeiro ponto, que talvez sintetize o que estamos vivendo mundialmente - e o Brasil não se encontra fora desta realidade - é que a indústria de seguros é uma das últimas fronteiras do mercado financeiro que ainda não havia sido drasticamente impactada pela revolução tecnológica trazida pelas *start-ups* de finanças, as já populares *fintechs*. O futuro chegou e como medida inicial este grupo de empresas se batizou com um nome próprio para se diferenciar: são as **insurtechs**. Conversando com participantes do evento, a estupefação é que há um ano atrás nem se falava do novo termo específico, muito menos poderia se imaginar um evento desta magnitude com tamanha audiência.

A grande constatação é que existe muita coisa a ser feita na indústria e tomando como base um estudo do *Financial Technology Partners* chamado *Insurance Technology Trends*, aliado à minha experiência profissional e o evento em Las Vegas:

1. A maior parte da comunicação e o engajamento dos clientes com a categoria ainda é feita de forma ineficiente através dos canais de distribuição atuais.
2. O sistema de preços e as características dos produtos (e uma gama enorme de serviços) ainda são vistos como uma caixa preta pelos consumidores.
3. A coleta de dados para precificação e os processos operacionais são relativamente arcaicos comparados com as tecnologias disponíveis e em muitos casos ainda dependentes de papel.
4. As seguradoras convivem com sistemas legados difíceis de manter e integrar com o novo mundo digital.
5. Os sistemas e processos não foram construídos com a nova demanda de usabilidade (UX - user friendly) e são pouco flexíveis e adaptáveis.
6. Os modelos atuariais em uso, apesar de historicamente muito eficazes, podem ser um entrave para desenvolvimento de produtos personalizados, desenhados para situações específicas, como, por exemplo, os seguros *on-demand*, recém lançados no mercado por uma seguradora digital chamada Trov.
7. Os processos de sinistros geralmente necessitam de presença física de vistoriadores, análises profundas por técnicos especializados e períodos relativamente longos para aprovação e pagamento da indenização.

O que temos visto nos mercados com o uso da tecnologia em estado avançado:

1. Corretores on-line com capacidade de apresentar produtos e preços de forma mais transparente, descomplicada e rápida.
2. Pagamento de sinistros “real-time” através do uso de inteligência artificial.
3. Precificação e subscrição de riscos flexíveis. Uso de *machine learning*.
4. Aplicativos que permitem aos clientes a gestão de suas apólices
5. Processos simplificados integrados por webservice para corretores e prestadores de serviços.
6. Grande conectividade dos corretores com as seguradoras.
7. Produtos personalizados e *on-demand*.

Finalmente, participei de um painel que lançou a provocação de tentar prever quais das iniciativas abaixo estariam sendo usadas daqui a 5 anos, tentado prever o que veio para ficar e o que não passa de um modismo fadado ao desaparecimento. Colocarei os termos em inglês, pois ainda não achei as melhores traduções:

1. *Driverless cars*
2. *Telematics*
3. *Wearables*
4. *Artificial intelligence*
5. *Blockchain*
6. *Big data*
7. *Usage based pricing*
8. *Internet of things*
9. *P2P (peer to peer insurance)*
10. *Cloud computing*
11. *Machine learning.*

Concluindo, o tal futuro chegou e parece avassalador. As seguradoras que estão tendo sucesso são aquelas que se aproximam deste ecossistema digital e desenvolvem soluções em conjunto com as mais variadas *start-ups* ao invés de tentar buscar as soluções sozinhas e o maior exemplo disso é a seguradora chinesa Zhong An.

(*) **Marcelo Blay** é CEO da Minuto Seguros.

Fonte: [Linkedin](#), em 12.10.2016.