

Por Marcelo Blay (*)

Ao me preparar para participar, em algumas semanas, da próxima InsureTech Connect de 2017, em Las Vegas, parei para refletir quais são os temas mais quentes do momento para poder melhor usufruir de uma conferência dessa magnitude e com tantas oportunidades de aprendizado. Afinal, como não se sentir perdido quando há diversos assuntos interessantes acontecendo em função do uso de inteligência artificial, machinelearning, internet das coisas (IoT) e blockchain? Realmente o melhor a ser feito é buscar foco, caso contrário, irei me embriagar querendo ver tudo.

A etapa das vendas online passou, pois nitidamente era apenas a ponta do iceberg. O que se vê hoje em dia é a busca da consolidação de uma verdadeira postura digital em todos os aspectos da cadeia de negócio dos seguros. Ao invés de focar pedaços isolados do negócio, o sucesso virá da incorporação da mentalidade digital na jornada completa pela ótica do consumidor, seja ele pessoa física ou jurídica, começando pela busca do produto, passando pelas etapas de venda e de todos os processos operacionais, até o evento de um sinistro e os serviços atrelados ao produto, chegando na almejada renovação. Não se pode pensar isoladamente em cada fase, pois corre-se o risco de ter que integrar sistemas posteriormente e basta conversar com qualquer profissional da área de tecnologia para ver que tipo de pesadelo isso pode representar.

Entendo que o momento seja o da busca da eficiência operacional e de processos (pensando na redução de custos), uso de inteligência artificial na precificação, seleção de riscos e sofisticação de modelos estatísticos e atuariais, desenvolvimento de produtos personalizados, sem contar o aumento da satisfação dos clientes com a indústria em função de uma experiência melhor durante todo o processo, desde a negociação até cancelamentos ou auxílios com sinistros.

Portanto, acredito que devemos buscar na conferência o que existe de mais moderno sendo pensado e o que já vem sendo feito nas seguintes frentes:

- Eficiência operacional: automação e racionalização de processos visando redução de custos e melhor experiência do cliente;
- Prevenção de fraudes: métodos inovadores de detecção de fraudes e prevenção;
- Sinistros: modelos de gestão que levem à redução dos custos de sinistros por meio da tecnologia;
- Seleção e subscrição de riscos: uso de soluções não ortodoxas para precificação e monitoramento de risco durante a vigência da apólice;
- Marketing: uso da grande quantidade de informação disponível para campanhas publicitárias mais eficazes e gestão da retenção dos clientes;
- Produtos: novidades em termos de produtos específicos para riscos cibernéticos e soluções com o uso tecnologia embarcada.

Espero voltar com um leque de novidades para compartilhar e com a cabeça fervilhando com o intuito de colocar em prática as novas ideias!

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

Fonte: [Segs](#), em 13.09.2017.