

Durante o 20º Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros, realizado pela Fenacor entre os dias 12 e 14 de outubro, o talk show intitulado com o tema do evento – O setor de seguros na era digital – foi coordenado pelo presidente do Sincor-SP e vice-presidente da Fenacor na região Sudeste, Alexandre Camillo. Participaram ainda Ronaldo Lemos, comentarista da GloboNews e diretor do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro (ITS Rio); Marcelo Blay – CEO da Minuto Seguros; Christophe Antone – diretor Digital da MDS Corretora de Seguros; e Thiago Camargo Lopes, secretário de Informática do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC).

“Estamos diante de diversos desafios virtuais, mas temos, na verdade, que dar bastante atenção às oportunidades, que estas sim são reais. Vamos buscar entender o que vem de inovação e disrupção que a tecnologia nos traz, e canalizar nossas energias para desenvolver oportunidades neste País com potencial enorme, em especial para o setor de seguros”, declarou Camillo.

“Dados mudam a forma de se gerenciar riscos. Se tem uma grande oportunidade para o mercado de seguros é a análise de dados. Conhecer melhor o cliente, seus hábitos e necessidades é uma exigência para o corretor que quer empreender na era digital”, disse Ronaldo Lemos. O comentarista abordou as transformações da internet, que primeiro conectou redes; depois pessoas e, hoje, conecta objetos, modificando a forma como as pessoas vivem. “O primeiro objeto conectado à internet foi o smartphone. Hoje, temos vários outros objetos conectados, gerando, inclusive, muitos impactos para o mercado de seguros”, afirmou, ressaltando a realidade dos monitoramentos dos comportamentos humanos, com forte consequência para o setor. Porém, enfatizou que, apesar de toda a tecnologia, o diferencial continua no elemento humano. “Na hora do sinistro ninguém quer falar com um robô”.

Corroborando com este pensamento, em sua participação, Marcelo Blay apresentou aos congressistas um pouco da operação da Minuto Seguros, mostrando como funciona uma corretora multicanal. “Nós vendemos da forma como o cliente quer comprar: por chat, online, e-mail, whatsapp, telefone, presencialmente. Seja qual for a forma, utilizamos nossa grande base de dados para atender o que a pessoa de fato quer”, explica. Segundo ele, a corretora faz a primeira abordagem pelo meio eletrônico, mas a venda não consegue ser 100% online, pois seguro demanda a consultoria de um corretor. “70% dos nossos clientes são novos entrantes no mercado de seguros e por esse perfil de novos clientes, é preciso darmos diversas explicações sobre o produto, não dá para operar somente via sistema”.

Christophe Antone, da MDS Corretora, abordou as inovações que abrangem toda a cadeia de valor do setor, desde as companhias de seguros, o canal de distribuição, até os clientes finais. Thiago Camargo Lopes, do MCTIC, citou a teoria da seleção natural de Darwin para explicar a importância de acompanhar as novas tecnologias – “Quem vai mais longe não é o mais forte ou o mais inteligente, mas aquele que melhor se adapta às mudanças”, e completou com um pensamento que foi elogiado e repassado pelo presidente do Sincor-SP: “Você não é responsável pelo que vai acontecer, mas é responsável por como vai reagir às mudanças”, disse Thiago.

Fonte: SINCOR-SP, em 18.10.2017.