

Por Herculano Barreto Filho e Bernardo Costa

O DIA encerra a série 'O seguro nasceu de novo' mostrando relações entre profissionais e as novas tecnologias

Um caminho sem volta. Atividades operacionais já podem ser feitas com o auxílio da inteligência artificial e de redes sociais para a captação de clientes em grande escala. Assim, corretores e atuários vão se concentrar nas avaliações técnicas dos dados coletados na internet. É a revolução digital em um ramo até então convencional.

A experiência começa pelo Facebook. Ao escrever @segurobot no aplicativo de mensagens, o usuário passa a interagir com um robô. 'Olá! Podemos te ajudar a economizar tempo e dinheiro com seguros. O que posso fazer por você agora?'. A plataforma, desenvolvida com o apoio da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), coloca o homem e a máquina trabalhando lado a lado. As novas tecnologias que estão revolucionando o segmento não eliminam a atuação dos profissionais da área. Pelo contrário: complementam o seu trabalho.

Na Segurobot, o robô faz 99% das tarefas operacionais, explica Leonardo Rochadel, CEO e fundador da O2OBOTS, startup que criou a tecnologia. Ao optar pelo seguro viagem, por exemplo, o robô faz três 'perguntas rápidas para apresentar as melhores cotações'. Caso a compra não seja concluída pela internet, as informações são repassadas para os corretores cadastrados na plataforma. "O corretor só precisa pegar o telefone e ligar para o cliente que a nossa plataforma capturou. Ele ficou apenas com a melhor parte", acrescenta Rochadel.

O tempo levado para elaborar uma proposta ao cliente também sofreu um impacto com o auxílio do mundo digital. Antes, o corretor levava a proposta à seguradora, onde era feita a conferência dos dados. Em seguida, o material era enviado por malote à matriz, as informações eram redigidas e só então entravam no sistema.

De dez dias a um minuto

Esse processo, que levava até dez dias, já pode ser feito em apenas um minuto. Desde fevereiro deste ano, a seguradora Mongeral Aegon opera com um aplicativo de venda digital. Os corretores utilizam tablets, onde todas as informações são preenchidas e o próprio cliente faz a validação, com conferência em tempo real e transmissão online.

"Profissional e máquina trabalham juntos. Com isso, o tempo de interação corretor-cliente cai significativamente. Antes, ele trabalhava com folheto e era preciso imprimir a apólice. Agora, esse processo está todo digitalizado", explica Rafael Rosas, superintendente de marketing digital da empresa.

O universo de corretores é significativo. São cerca de 101 mil, segundo dados da CNseg. Mas há um outro mercado de profissionais do ramo. São os atuários, encarregados de fazer os cálculos que definem os valores das apólices. Eles avaliam riscos e organizam as informações, agora coletadas com o auxílio da tecnologia.

No caso do seguro de veículos, são dados fornecidos com o uso da mesma tecnologia usada na Fórmula 1. A telemetria, suporte tecnológico em chip instalado no carro, permite traçar o perfil do condutor baseado em aceleração, velocidade em curvas, horários e locais de circulação. A tecnologia também já permite que sejam feitos exames de coração, diabetes, acompanhamento de peso, pressão, febre e até de câncer com o uso de aplicativos de celular para o seguro de saúde.

É aí que entra o atuário, que estipula o preço da apólice combinando informações obtidas com o

auxílio da tecnologia e dos dados estatísticos. "Você pode ter a máquina facilitando a vida dos profissionais. Mas são dados desordenados. É preciso ter uma análise técnica para avaliar o risco. A inteligência para capturar a informação de forma efetiva e saber o que fazer com aquilo passa por um humano", explica Luciana Bastos, presidente do Instituto Brasileiro de Atuária (IBA).

Fonte: [O DIA](#), em 25.10.2017.