

***Novas tecnologias foram tema de debate no 23º Encontro de Líderes do Mercado Segurador, em Foz do Iguaçu***

Cinquenta por cento das empresas listadas pela Revista Fortune há 15 anos já desapareceram. Quando ainda era forte no mercado, a Blockbuster teve a oportunidade de comprar a Netflix e declinou. Atualmente, a Netflix já vale US\$ 100 bilhões e a Blockbuster já não existe mais. Estes são alguns dos exemplos utilizados pelo sócio investidor e conselheiro da plataforma de desconto de recebíveis Monkey Exchange, Roberto Dagnoni, para mostrar que “quem não inova, desaparece”, durante o painel Big Data, Blockchain e Inteligência Artificial, realizado na manhã do dia 2, no 23º Encontro de Líderes do Mercado Segurador, em Foz do Iguaçu.

O painel se propôs a debater três das principais tecnologias que dão suporte a essas transformações são na forma de fazer negócios acarretada pela revolução digital, que dá protagonismo cada vez maior às empresas de tecnologia: Blockchain, Big Data e Inteligência Artificial.

O Blockchain, tecnologia utilizada para o registro de transações, muito utilizado pelas moedas digitais, promete uma desregulação plena, sem intermediários e a prova de fraudes para essas transações, podendo ser muito útil ao setor financeiro e, particularmente, para as seguradoras. Já o BigData é a tecnologia que permite o armazenamento e tratamento de uma quantidade muito grande de informações, possibilitando a extração de uma infinidade de informações relevantes. Tecnologia, esta, que é muito potencializada pela utilização da Inteligência Artificial, ou IA, que permite uma análise muito mais profunda e rápida de todos esses dados. O mercado de saúde, disse Dagnoni, é um dos que mais tem se aproveitado da Inteligência Artificial e mais tem recebido investimentos, visto que possui uma O segundo a se apresentar no painel foi o CEO da O2OBOTS, Leonardo Rochadel, cuja empresa estava inscrita na última fase do programa de aceleração da Incubadora Darwin, que tem a CNsegPar como uma das patrocinadoras. A O2OBOTS utiliza a Inteligência Artificial para comercialização de seguros via bots, que são “robôs” que se passam por humanos em chats pela internet.

E como evidência da eficiência e evolução do sistema, informou que, atualmente, na comercialização do seguro viagem, a IA já consegue converter 22,22% das vendas, ao passo que, em outubro de 2017, essa taxa era de 5,5%. E entre as lições aprendidas nesse processo estão a de que, muitas vezes, o novo cliente é o antigo, apenas com novo comportamento; que o cliente deseja respostas instantâneas, a qualquer hora e em qualquer lugar; que o cliente não deseja mais receber ligações a qualquer hora; que o cliente não quer mais usar aplicativos instalados nos smartphones e que todo dia, o cliente interage ao menos com um aplicativo de mensagem.

Leonardo também afirmou que já mapeou pelo menos 30 processos realizados usualmente pelas seguradoras que podem ser mais eficientes com o uso da IA. Entre estes, a análise de perfil social e de comportamento na direção.

Com 100 likes na rede social, é possível conhecer o indivíduo melhor que o cônjuge massa de dados muito grandes sobre os clientes. Como exemplo, citou o caso da empresa norte americana de análise de imagens cardíacas cuja operação já foi aprovada pelo regulador Food and Drug Administration (FDA).

Mas enquanto a Inteligência Artificial (IA), ainda está mais restrita a realização de tarefas repetitivas, a promessa é que, em breve, possa liberar todo o potencial criativo dos funcionários. Atenta a esse movimento, as gigantes de tecnologia como Google, Facebook e Amazon têm investindo fortemente em IA, tanto para incrementar os seus negócios como para oferecer serviços nessa área.

**Inteligência Artificial já conversa com clientes e vende produtos de seguro**

O segundo a se apresentar no painel foi o CEO da O2OBOTS, Leonardo Rochadel, cuja empresa estava inscrita na última fase do programa de aceleração da Incubadora Darwin, que tem a CNsegPar como uma das patrocinadoras. A O2OBOTS utiliza a Inteligência Artificial para comercialização de seguros via bots, que são “robôs” que se passam por humanos em chats pela internet.

E como evidência da eficiência e evolução do sistema, informou que, atualmente, na comercialização do seguro viagem, a IA já consegue converter 22,22% das vendas, ao passo que, em outubro de 2017, essa taxa era de 5,5%. E entre as lições aprendidas nesse processo estão a de que, muitas vezes, o novo cliente é o antigo, apenas com novo comportamento; que o cliente deseja respostas instantâneas, a qualquer hora e em qualquer lugar; que o cliente não deseja mais receber ligações a qualquer hora; que o cliente não quer mais usar aplicativos instalados nos smartphones e que todo dia, o cliente interage ao menos com um aplicativo de mensagem.

Leonardo também afirmou que já mapeou pelo menos 30 processos realizados usualmente pelas seguradoras que podem ser mais eficientes com o uso da IA. Entre estes, a análise de perfil social e de comportamento na direção.

**Com 100 likes na rede social, é possível conhecer o indivíduo melhor que o cônjuge**

Enquanto o avião demorou 68 anos para atingir 50 milhões de clientes, o Facebook fez isso em três anos e o PokemonGo fez em um mês, afirmou o CMO da startup Vality, Pedro Noll. Sua empresa, que também foi beneficiada pelo programa de aceleração patrocinado pela CnsegPar - a empresa de participações da CNseg - atua com coleta e análise de dados extraídos das redes sociais para oferta de seguro e crédito aos usuários que oferecem menos riscos, baseada em suas interações. “Com cerca de 100 likes, é possível conhecer um indivíduo melhor que o cônjuge”, disse Pedro, reproduzindo fala dos donos da Cambridge Analytcs, que teve um papel importante na eleição de Donald Trump. Também pelas interações dos usuários nas redes sociais é possível identificar traços de personalidade e elaborar anúncios mais adequados a cada perfil.

Mas apesar da existência de todas essas ferramentas a disposição das empresas, a maioria ainda não sabe como explorá-la corretamente, afirmou Pedro.

**Indústria de seguros tem muito a se beneficiar com a tecnologia blockchain**

O último a se apresentar no painel foi o CEO da Direct One, Fernando Steler, que trabalha com contratos inteligentes utilizando o blockchain, que, segundo ele, veio para revolucionar a forma como trocamos valores, devido à possibilidade de transparência total, rastreabilidade, confiança e redução de custos. E entre os primeiros setores a serem impactados está o de seguros, que já está empreendendo uma série de iniciativas nesse sentido, inclusive no Brasil, como é o caso da plataforma da Caixa Seguros, a Youse, baseada em blockchain.

O 23º Encontro de Líderes do Mercado Segurador segue até este sábado, dia 3, quando debaterá política e perspectivas para o Brasil. Acompanhe a cobertura completa do evento pelo Portal da CNseg, pelo Canal Seguro, no You Tube, e pelas redes sociais Facebook e LinkedIn.

**Fonte:** CNseg, em 02.03.2018.