

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.