



Uma das últimas palestras da quarta-feira (01/08) do **CQCS Insurtech & Inovação** foi sobre o tema “Por que é tão difícil aderir ao digital”. O debate reuniu José Luís da Silva, diretor Comercial Regional II da Tokio Marine; Omar Ajame, CEO da Tex; e André Lauzana, vice-presidente Comercial da SulAmérica Seguros. Para os palestrantes, aderir ao digital é inevitável - a questão é de que maneira essa adesão acontece.

O diretor da Tokio Marine iniciou o debate apresentando a evolução do mercado de seguros nos últimos 40 anos no Brasil. Segundo ele, na década de 1980, o relacionamento era pessoal e pelo telefone, e as propostas levavam até 45 dias para serem emitidas. "Havia uma relação de confiança entre o cliente e o corretor, e o prêmio não era tão relevante porque a diferença era pequena", lembrou.

Na década seguinte, o telefone ganhou espaço e o computador passou a ser utilizado nas cotações. No início do século XXI, a transmissão das propostas passa a ser automática e a concorrência aumenta. O preço se torna um fator importante. Hoje, todas as informações estão disponíveis em sites e aplicativos, e é o cliente que vem ditando o rumo da mudança. "O que temos que fazer é caminhar juntos na direção da tecnologia", defende Silva.

Ajame concorda, mas ressalta que aderir ao digital é mais que somente vender online: é uma transformação cultural. "Quanto de dinheiro estamos deixando na mesa ao não otimizar nossos sistemas, não ser mais ágeis, digitais?", questionou o executivo, citando exemplos de aumento de vendas de gigantes como a Amazon após reduzirem o tempo de carregamento dos seus sites.

"Tudo acontece em real time, o benchmarking é muito grande, e as grandes empresas de tecnologia, como Google e Tesla, estão muito avançadas em inovação. É nelas que devemos nos inspirar. As coisas hoje têm de acontecer em menos tempo. É inevitável aderir ao digital, os

consumidores aderiram", disse.

Os valores e princípios que regem a atividade foram incorporados ao debate pelo vice-presidente Comercial da SulAmérica Seguros, André Lauzana: segurança, tranquilidade, credibilidade. "Há espaço para crescer, mas não vamos abrir mão das relações humanas". Ou seja, usar a tecnologia para aperfeiçoar a experiência do usuário, oferecendo real valor e a confiabilidade que ele deseja. Ter como foco o lançamento de aplicativos - fazer o digital pelo digital - não é o caminho adequado para aderir. Mas Lauzana dá uma dica: "É útil, é simples, é acessível? Vai pegar".

## **SOBRE O CQCS INSURTECH & INOVAÇÃO**

O maior encontro em inovação de seguros da América Latina acontecerá na cidade de São Paulo, nos dias 1º e 2 de agosto. O CQCS Insurtech & Inovação reunirá as mais modernas seguradoras do mercado, insurtechs, aceleradoras, investidores e empreendedores do setor, além de representantes da Superintendência de Seguros Privados (SUSEP); da Academia Nacional de Seguros e Previdência (ANSP); e da Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões (ASF).

Entre os palestrantes confirmados estão nomes como Caribou Honig, Chairman da InsureTech Connect; Iván Ballón, Desenvolvedor de Negócios da América Latina e Ibéria da FRISS; Josep Celya, diretor Corporativo Mundial de Inovação da MAPFRE; Ingo Weber, CEO da Digital Insurance Group; Marcelo Blay, fundador e CEO da Minuto Seguros; Andre Gregori, CEO & CET da Thinkseg; Heverton Peixoto, CEO do Zim; entre outros. Para saber mais, acesse <http://cqcsinsurtech.com.br/>

**Fonte:** Agência Pauta VIP, em 03.08.2018.