

Por João Ortega

A análise de dados em tempo real tende a mudar o comportamento do segurado e permite oferecer produtos para situações específicas

A Inteligência Artificial está transformando toda a cadeia do mercado de seguros. Com a crescente adoção da tecnologia por seguradoras e insurtechs, elas podem oferecer produtos mais personalizados e que beneficiam os condutores mais prudentes.

Essa é a visão de Fabio Polonio, consultor em Inteligência Artificial e transformação digital para empresas. Com ampla experiência no mercado de seguros, ele é um dos palestrantes do Insurance Day, da StartSe.

Segundo Polonio, a novidade começa a partir do monitoramento do cliente de seguros pelo smartphone e outros dispositivos conectados com IoT (Internet das Coisas). Por meio de algoritmos de Inteligência Artificial, seguradoras analisam os dados do consumidor para oferecer produtos personalizados e em tempo real. Dependendo do comportamento desta pessoa, pode variar também a precificação - o que gera um incentivo para que ele seja cada vez mais precavido.

Jornadas diárias

“Seguros serão baseados no comportamento do consumo a partir do monitoramento das jornadas e análise dos dados”, diz o consultor. Para exemplificar este novo modelo de seguros, Fabio Polonio divide o cotidiano das pessoas em jornadas. Entre elas, por exemplo, há a jornada do transporte.

Imagine que uma pessoa, que tem um seguro digital instalado no smartphone, resolve usar um patinete elétrico de uma startup de micromobilidade compartilhada para ir ao trabalho. Sabendo, a partir da análise de dados, que o caminho é longo e acidentado, a seguradora oferece, em tempo real e de forma automática, um produto específico para esta viagem, cujo valor foi calculado diante dos riscos do trajeto. Na hora, o cliente decide fazer esta apólice ou não.

Depois de sair do trabalho, ele resolve alugar um carro e ir direto para sua casa na praia. Como o seguro já sabe, pela Inteligência Artificial aplicada a dados, que ele é bastante prudente ao volante, é oferecido um produto de valor baixo para a cobertura desta viagem. Novamente, cabe ao consumidor a decisão de aceitar a sugestão.

Neste modelo, gera-se um incentivo para que as pessoas dirijam de forma mais cuidadosa, por exemplo, para que ela receba produtos mais baratos das seguradoras. “Isso é apenas uma das minhas jornadas do dia. Eu posso mudar de uma jornada para outra e a tecnologia vai registrando todos os meus dados até o momento que eu precisar de um seguro”, explica Fabio.

Outro caso seria na jornada da alimentação. Um seguro de saúde com Inteligência Artificial certamente é mais caro para alguém que se alimenta somente com fast food, enquanto uma pessoa que tem um equilíbrio nas refeições receberia produtos mais vantajosos.

Da mesma forma que a transformação chega ao comportamento do cliente, os profissionais da área também precisam se atualizar. Segundo Fabio Polonio, quem está dentro das seguradoras precisa aprender a tomar decisões baseadas em dados e em resultados. “O principal aspecto da mudança não é a tecnologia, é a cultura das empresas. É uma frase genérica, mas que continua verdadeira”, finaliza.

Fonte: StartSe, em 08.08.2019