

Autor norte-americano de best-seller sobre o assunto discute com lideranças brasileiras sobre a disrupção no setor

O diretor de Inovação do Grupo AF e autor do best-seller da Amazon "The End Of Insurance As We Know It", Rob Galbraith; o CEO da Mapfre, Luis Gutiérrez; o presidente da FenaCap e da Brasilcap, Marcelo Farinha; e o presidente da CNseg, Marcio Coriolano

"O fim do seguro como conhecemos" foi o tema da palestra apresentada por Rob Galbraith, diretor de Inovação da AF Group e autor do livro "The End of Insurance as We Know It: How Millenials, Insurtechs and Venture Capital Will Disrupt the Ecosystem" no 13º Insurance Service Meeting, evento realizado pela CNseg, em São Paulo, simultaneamente ao 4º Encontro de Inteligência de Mercado.

O palestrante provocou, apontando o que considera serem as sete falhas fatais do mercado de seguros de hoje. Na visão do consumidor, ele é muito caro, muito confuso, muito fácil de burlar, gera muito escoamento de recursos, não cobre todo tipo de perda, não cobre tudo e não cobre todos. "Muitas startups estão empenhadas em tentar resolver esses problemas e, caso isso ocorra, será um grande avanço", afirmou.

Em sua visão, o seguro é um produto perfeito para a era digital, por não necessitar de grande investimento em capital físico e não se utilizar de cadeias globais de suprimentos, como ocorre com montadoras de carros como a Tesla, que precisou investir mais de 1 bilhão de dólares para construir uma fábrica baseada em novas tecnologias. "No setor de seguros, não temos essa necessidade. É somente o dinheiro indo e vindo. Então, por que nossos seguros continuam sendo tão tradicionais?", questionou.

Márcio Coriolano, presidente da CNseg, moderou o debate e contextualizou o palestrante sobre o mercado brasileiro. "Quando se fala das dificuldades para levar o seguro ao consumidor, é importante lembrar que nossa penetração, hoje, é de 6,5% do PIB, não podendo ser comparada com a dos Estados Unidos, pois nós temos uma renda per capita muito baixa, com 67% da população brasileira ganhando menos de um salário mínimo. A baixa penetração é muito menos por desconfiança com relação ao sistema e muito mais pela questão da renda per capita", afirmou. "Nós temos várias soluções, cada vez mais velozes, para questões ainda não levantadas. Para os seguradores, em geral, ainda não houve a possibilidade de vislumbrar todo esse cenário e verificar todas as oportunidades de melhorias de processos e de produtos e todas as ameaças para o negócio".

Marcelo Farinha, presidente da FenaCap e da Brasilcap, por sua vez, afirmou que a inovação sempre esteve no DNA do setor de seguros, lembrando da carta de princípios assinada pelo setor em 1992, que tem a inovação como um destes princípios. Entretanto, para ele, o desafio é balancear o novo com o atual. "Disrupção leva tempo e não dá para abandonar o atual e ir direto para o novo. Precisamos chegar, mas há essa preocupação de como endereçar as coisas".

Luis Gutiérrez, CEO da Mapfre Seguros, afirmou que as mudanças acontecem de forma diferente na realidade brasileira. “Queremos um Brasil melhor e precisamos ser eficientes para continuar gerando valor. Temos que pensar como vamos nos relacionar com os clientes, pois o caminho não pode mais ser o mesmo, já que as pessoas querem outra forma de relacionamento e de comercialização”. Para Gutiérrez, o que se vê hoje no país são estágios de evolução pelos quais já passaram os mercados mais avançados. “O que está claro é que temos que reagir”.

Fonte: CNseg, em 07.11.2019