

Primeiro dia de CQCS Insurtech & Inovação discute evolução do mercado segurador com bases em tecnologia

---

---



***Marcos regulatórios, a necessidade de analisar corretamente os dados, riscos e proteções foram alguns dos temas abordados em palestras***

Durante a tarde desta quarta-feira (12/06) o CQCS Insurtech & Inovação seguiu com suas palestras e debates sobre o mercado de seguros. Um dos importantes temas discutidos foi o painel "Insurtechs Precisam de Regulação?" que contou com a Superintendência de Seguros Privados (SUSEP).

Eduardo Fraga, diretor do órgão, afirmou que "o que guia a Susep é a questão do desenvolvimento sustentável do setor de seguros. Em todas as nossas ações prezamos sempre pela transparência para o nosso consumidor final como um dos pilares da nossa base de atuação". O executivo também comentou que o órgão mantém pontos de atenção a serem trabalhados em relação a Insurtechs como o uso e manipulação de dados pessoais, assunto amplamente discutidos por conta da nova Lei de Proteção de Dados.

Roberto Panucci Filho, da Abinsurtech do Pinheiro Neto Advogados, apontou que o cenário atual trata sobre as necessidades e desafios que um órgão regulador tem ao criar normas para novas tecnologias e inovações que aparecem a todo momento, porém garantindo sua solvência. "Percebemos que a Susep evoluiu muito na discussão sobre as regulações necessárias. Ainda existem muitas arestas que precisam ser aparadas para a expansão deste mercado. O mundo muda muito rápido e hoje vemos a entidade com muita vontade de inovar e mover o mercado, o que para nós é um ótimo caminho", finalizou.

No painel "O Seguro Auto captura o melhor das novas tecnologias", a jornada digital foi amplamente debatida entre os palestrantes. Para Eduardo Borges, vice-presidente de serviços da Autoglass a empresa construiu uma jornada digital de ponta a ponta para os clientes (seguradoras, segurados e corretores), desde a abertura de um chamado, o agendamento do serviço, o status do reparo, chatbot para dúvidas e a finalização. "Com esses processos digitais, nos últimos doze meses tivemos um aumento no volume de atendimentos de 25,27%", finaliza Borges.

Já para Roberto Bocchi, diretor geral da Huvvi, empresa com foco na inovação em todo o processo de atendimento, o grande desafio hoje é aplicar a tecnologia com o propósito de inovar cada vez mais os modelos de negócios e a experiência dos clientes. "Hoje, utilizamos o big data, a telemetria, a internet das coisas, inteligência artificial e o blockchain para acompanhar toda essa jornada".

O Managing Director da Solera Brasil, José Manuel Dominguez, apresentou sua novidade no mercado, a Solera Visual Intelligence, que utiliza a inteligência artificial no gerenciamento de sinistros, com o software é possível a identificação e precificação de um sinistro de pequena/média avaria enviando as fotos do veículo.

Durante a palestra que abordou "Risks e Tech: Prevenção e Proteção", Domingos Monteiro, fundador da Neurotech, empresa que conecta dados com inteligência para seus clientes abordou o setor como um todo e ressaltou a necessidade de se inovar instantaneamente utilizando as melhores ferramentas. Com a expressão "inove ou desapareça" o executivo ressaltou que hoje a humanidade gera, por dia, mais dados do que os produzidos por toda a existência até o ano de 2003, por isso a necessidade de analisar e trabalhar esse volume de informações da melhor maneira possível.

Ainda no período da tarde, o painel "Antes, a venda e o pós no digital" ressaltou a importância de mudar os paradigmas dos processos tradicionais. Para Julio Cezar Pauzeiro, Business Partner e Adviser da Meta Brasil, o grande foco e o que irá diferenciar cada vez mais o mercado de seguros é a precificação mais sofisticada. "Existem novas soluções como telemetria, avaliações mais personalizadas, entre outras, para que as empresas precifiquem seus serviços de forma mais assertiva", destaca.

E para finalizar o painel, Caio Valli, sócio da powerbizz, enfatizou que é preciso utilizar a tecnologia como um meio para fazer a diferença no mercado. "Temos várias formas de interações com o cliente, como chatbots, mídias sociais, telemarketing e outras, e em cada uma delas deve existir uma comunicação direcionada. Os consumidores são únicos e instantâneos e é preciso ter isso em mente", finaliza.

O evento segue nesta quinta-feira (13/06) discutindo temas como riscos cibernéticos, a preparação do digital para a gestão de risco em tempo real, estudo de cases de insurtechs, inovações analíticas para o bem estar, incorporação de novas tecnologias, HelthTech entre outros.

**Fonte:** CDN, em 13.06.2019.

---