

SEGUROS
0108



SEGU

O FUTURO TAMBÉM ESTÁ



RO

SEGURADORAS ESTÃO SE

REINVENTANDO CONFORME NOVAS

TECNOLOGIAS ENTRAM NOS NEGÓCIOS

E NA VIDA DAS PESSOAS

POR JULIANA ELIAS

Para o dono de um carro segurado pela californiana Metromile, importa pouco a

idade, o sexo ou onde é sua garagem. Esses fatores influenciam nas tarifas da jovem companhia, mas a real diferença de um cliente para outro está no quanto eles dirigem. O seguro de automóveis da Metromile é cobrado por quilômetro rodado – o cliente paga uma tarifa básica mensal de US\$ 35 e, acima disso, só desembolsa o que usar. São US\$ 0,05 por milha (ou US\$ 0,03 por quilômetro).

Aos poucos, possuir um seguro terá muito mais a cara do que faz a Metromile do que a dos planos anuais, de preço fechado e perfis prefixados com que estamos acostumados há tempos. Conforme novas tecnologias como internet das coisas e inteligência artificial crescem e se espalham ao nosso redor, mudam a maneira das pessoas de lidarem com seus bens e, por consequência, das seguradoras de lidarem com ambos. E elas sabem disso.

É por essa razão que todas as empresas do ramo de seguros, em maior ou menor medida, estão se preparando para essa mudança que, mesmo que não imediata, é certa.

A REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA

Conseguir saber o quanto um carro roda para poder cobrar por isso é só um dos recursos que a internet das coisas (IoT, em inglês) torna acessíveis. Carros monitorados, casas conectadas, eletrodomésticos inteligentes, acessórios que acompanham a saúde e mesmo, em algum momento, os automóveis que dispensarão motoristas são algumas das invenções que aos poucos se aproximam da realidade.

É a emergência delas, se bem aproveitada, que permite às companhias de seguros terem um nível de detalhamento sem precedente sobre seus usuários e seus bens, fazer previsões e precauções e cada vez mais cobrá-los de acordo com seu comportamento e menos por características preestabelecidas.

“Algo como 30% dos nossos funcionários vêm trabalhar de bicicleta e deixa o carro só para os fins de semana. Por que eles têm que pagar seguro pelo mês inteiro?”, questiona Álvaro Anton, diretor de tecnologia da Youse, uma seguradora inteiramente digital e de baixo custo lançada em abril deste ano. “Com o suporte das novas tecnologias podemos ser preventivos e mudar completamente o nosso modelo de precificação. Podemos conhecer muito mais o consumidor e dar algo que seja específico para ele”, completa Anton.

Álvaro Anton, da Youse





Luiz Pomarole,
da Porto Seguro

O SEGURO SEM POSSES

As novas fronteiras tecnológicas coincidem, na outra ponta, com uma mudança também comportamental, que mais cedo ou mais tarde irá cobrar a conta de produtos mais flexíveis. “As novas gerações têm hábitos muito diferentes, menos apego material, menos pressa em formar família”, diz o responsável pela área de seguros da Deloitte, Elias Zoghbi. “O rapaz de 18 anos dá mais importância para o smartphone do que para o carro, e vai acessar um aplicativo para usar um veículo compartilhado.”

Planos flexíveis, preços e descontos personalizados, maior previsibilidade, detecção de fraudes, redução dos riscos e, com eles, redução dos custos e dos prêmios finais, estão entre as principais tendências esperadas para o seguro do futuro.

“Nada disso era impossível de ser feito antes, mas com o ferramental tecnológico que existe hoje as possibilidades são muito maiores”, diz Mauricio Galian, diretor de tecnologia e operações do grupo BB e Mapfre, que reúne os produtos de seguros da Mapfre e do Banco do Brasil. “Em nossas bases de dados, podemos reunir informações de quando os clientes cotam um produto, fecham a compra, quando usam, como usam. Com esses dados passa a ser possível criar modelos preditivos e novos padrões de grupos com que lidar.”

AUTOMÓVEIS À FRENTE

Um dos mais populares, o seguro de automóvel é também o que mais rápido está respondendo às novas tendências. Afinal, a indústria automobilística é também uma das que mais muda atualmente, com aplicativos como Uber ou BlaBlaCar e promessas como o carro autônomo do Google ou da Tesla reformulando a maneira como pensamos nossa locomoção.

Nos Estados Unidos e na Europa já há várias novas formas de se segurar suas viagens. O modelo pay as you drive da Metromile, por exemplo, passou a ser oferecido por diversas outras pequenas e grandes concorrentes. A Cuvva, uma startup britânica, oferece a apólice por hora, útil para pessoas que emprestam o carro de um amigo por um dia ou para uma viagem e querem ter o suporte por um período curto, e para algo que nem é seu.

O mais popularizado, porém, é o chamado seguro por uso. Ele acompanha em tempo real os hábitos dos motoristas ao volante por meio de dispositivos acoplados diretamente ao veículo, e oferece descontos de acordo com os resultados ou em troca da maior rastreabilidade que a empresa ganha.

“É possível saber a velocidade, padrão de aceleração, como ele freia, se dirigiu por lugares perigosos, se sua condução desperdiça combustível...”, enumera o diretor de tecnologia da PromonLogicalis, Fábio Hashimoto.

A Promon apresentou no mês passado uma nova plataforma para rastreamento de carros conectados voltada para seguradoras e locadoras. “Há cerca de três anos, começamos a ver fabricantes de veículos lançando carro em feira de telecom. Foi quando nos demos conta de que a demanda por tecnologia no segmento ia crescer e que precisávamos investir.”

ENTRE A PRIVACIDADE E O BENEFÍCIO

A instalação desses dispositivos ainda esbarra em limites legais de privacidade e, principalmente, na resistência dos clientes. Levantamento feito pela Deloitte nos Estados Unidos verificou que 46% dos entrevistados não estariam dispostos a abrir seus dados mesmo em troca de preços menores. De qualquer forma, o retorno é garantido e desconto pode ser grande.

Na Porto Seguro, por exemplo, que já oferece a opção de instalação de rastreadores nos veículos em troca de descontos na apólice, cerca de 20% da frota está conectada à central por algum dispositivo. “De 30% a 40% dos carros roubados comuns são recuperados. Entre os que possuem o rastreador, nosso índice sobe para 80%”, diz odiretor-geral da empresa, Luiz Pomarole.

SUA CASA, SUA VIDA

O pioneirismo nos automóveis não significa, no entanto, que os outros tipos de seguro, como o residencial ou de vida, estejam parados. Dependentes de tecnologias ainda pouco comuns em comparação às aplicações relacionadas à direção, as inovações para esses segmentos estão ainda na infância. Isso, porém, não significa que não terão sua vez de se reinventar.

Anton, da Youse, cita equipamentos já conhecidos, a exemplo dos braceletes esportivos, que acompanham os passos dos usuários durante suas atividades, como tecnologias que ainda vão evoluir e se tornar potenciais aliados dos seguros. “Os seguros de vida podem, por exemplo, premiar quem pratica esporte”, diz. “Os sensores poderão ser capazes de monitorar a saúde, a alimentação, as atividades físicas, e tudo isso impacta nos prêmios.”

Pomarole, da Porto Seguro, lembra que, no caso de residências e estabelecimentos comerciais, um dos maiores pesos na conta dos sinistros vem de problemas elétricos, que vão desde pequenas panes até causas de incêndios. “Não pode haver sensores que acompanham a temperatura da rede, informem com antecedência as variações ou avisem a seguradora ou as autoridades de algum problema na casa quando a pessoa está fora?”, diz.

DE OLHO NAS STARTUPS

Toda a movimentação já deixa a certeza de que o mercado de seguros, um setor tradicional e conservador

por natureza, deve ser uma das próximas paradas da revolução digital. É um passo quase natural em relação ao que já aconteceu em sua indústria-irmã, os bancos – financeiras on-line, pagamentos móveis, moeda virtual e microcrédito foram alguns dos serviços financeiros que emergiram nos últimos anos.

As startups e os empreendimentos digitais voltados para seguros já até ganharam nome próprio – as insurtechs, variação das antecessoras financeiras fintechs. E o crescimento é rápido. Para se ter uma ideia, o volume de investimentos globais colocados em insurtechs em 2015 mais que triplicou em relação a 2014, chegando a US\$ 2,7 bilhões, segundo a consultoria CBInsights. Por outro lado, é ainda um peda-

iniciativa do setor para investir em novos projetos da área de seguros. “Temos de usar a nossa rede de conhecimento e aproximar os empreendedores do mercado”, diz Leal.

AOS POUÇOS

“É uma onda que está acontecendo no mundo inteiro e faz muito sentido que a tendência seja essa, de simplificação”, acrescenta o vice-presidente de tecnologia da SulAmérica, Marco Antunes.

Como na maioria das outras seguradoras no Brasil, a digitalização já chegou à SulAmérica, mas ainda concentrada em serviços básicos. Nos últimos dois a três anos, o movimento delas foi no sentido de melhorar as análises de perfis e de vendas, criar novos canais de atendimen-



O PIONEIRISMO NOS AUTOMÓVEIS NÃO SIGNIFICA QUE OS OUTROS TIPOS DE SEGURO ESTEJAM PARADOS. DEPENDENTES DE TECNOLOGIAS AINDA POUCO COMUNS, AS INOVAÇÕES PARA ESSES SEGMENTOS ESTÃO AINDA NA INFÂNCIA

cinho dos US\$ 19 bilhões que as fintechs movimentam ao ano.

No Brasil também começam os primeiros passos nesse sentido. “Há vários exemplos de grupos tradicionais que estão investindo em novas soluções e fomentando essas iniciativas”, diz Alexandre Leal, superintendente-executivo da CNSeg, confederação que reúne as companhias de seguro e previdência do país.

A própria CNSeg anunciou em setembro o lançamento da CNsegPar,

to e embutir seus serviços em aplicativos que facilitam a solução de problemas diários para os clientes, como pedir um reembolso ou solicitar um guincho.

“Todos estão atentos e estudando como se inserir nessa mudança, mas o modelo atual existe há muitos anos e não vai acabar”, continua Antunes. “Não vai haver canibalismo. Vai surgir um modelo novo, a partir da mistura do que as seguradoras sempre fizeram e do que o mundo digital tem a nos ensinar”.



**“EM NOSSAS
BASES DE DADOS,
PODEMOS REUNIR
INFORMAÇÕES
DE QUANDO OS
CLIENTES COTAM
UM PRODUTO,
FECHAM A
COMPRA, QUANDO
USAM, COMO
USAM”**

**MAURICIO GALIAN,
DO GRUPO BB E MAPFRE**



DE OLHO NAS STARTUPS

Capital investido globalmente em insurtechs por fundos de investimento (em US\$ bilhões)

2011	131
2012	343
2013	223
2014	740
2015	2.651

O SEGURO DO FUTURO

Tendências para o setor conforme as tecnologias avançam

COBRANÇA POR USO

O chamado Usage-Based Insurance (UBI) já é realidade em várias empresas, em especial para automóveis. A ideia é fazer uma cobrança mensal com base nos quilômetros rodados no período, como um plano de telefonia, ou oferecer descontos quando o uso é menor ou mais prudente. Permite também prêmios mais personalizados do que o atual, que é fechado em dados como idade ou sexo. Em saúde e vida, será possível acompanhar hábitos e condições físicas e dar descontos àqueles que se cuidam mais, por exemplo.

PREVISÃO E PREVENÇÃO

A internet das coisas permite monitorar veículos, residências e mesmo a saúde em tempo real, o que pode adiantar possíveis problemas. Os sensores serão capazes de saber as condições do maquinário do automóvel, monitorar temperatura da fiação elétrica ou eletrodomésticos nas casas ou acompanhar níveis de gordura ou glicose no sangue, por exemplo.

PESSOAS EM LUGAR DE COISAS

Conforme a noção de economia compartilhada avança, as seguradoras também devem mudar. Em vez de possuir um carro os jovens poderão emprestar um quando necessário, mais de uma pessoa pode ser dona de um mesmo automóvel ou mais de uma família pode usar a mesma casa. Isso exige modelos diferentes de planos, ou mesmo seguros que sejam aplicados ao indivíduo, para qualquer coisa que use, em lugar do bem.